



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Mediengeschichte des Demobandes – Ästhetik
des Albumcover“

Verfasserin

Patricia Hillinger

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuer:

Mag. Dr. habil. Ramón Reichert

Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort.....	4
1.1. Historische Entwicklung des Tonträgers – DIE SCHALLPLATTE..	6
1.2. Sound Studies.....	7
1.3. Entstehung der Musikindustrie.....	11
1.3.1. Geschichte der Musikindustrie.....	12
1.3.2. Plattenindustrie.....	13
1.4. Die Verpackung der Schallplatte.....	16
 2. Zeithistorische Bildkultur: Geschichte und Entstehung des Al-	
bumcover.....	18
2.1. Alex Steinweiss.....	19
2.2. Funktionen der Plattencover.....	24
2.3. Warenästhetik in Bezug auf Plattencover.....	25
2.4. Image und Corporate Identity.....	31
 3. Die Geschichte der Pop- und Rockmusik – Als Musikalben die	
Welt beherrschten.....	33
3.1. Rock' n' Roll – Jugend im Aufbruch.....	34
3.1.1. Die Frühphase der Albumcover (50er/ 60er).....	35
3.1.2. Rassismus und Kriminalität.....	37
3.2. HIPPIE ÄRA (1965-1971).....	40
3.2.1. Folk Rock.....	41
3.2.2. Acid Rock – Psychedelic Revolution.....	42
3.2.3. Album Culture – Psychedelic Culture – British Invasion.....	45
3.2.4. Swinging London.....	48
3.2.5. Andy Warhol – Pop Art (70er).....	53
3.2.6. Hard Rock.....	57
3.2.7. Fusion.....	61
3.2.8. Motown.....	62
3.3. Glam Rock - Populärkultur.....	64
3.4. Progressive Rock.....	68
3.5. Ölkrise.....	72

3.6. DISCO ÄRA.....	74
3.7. PUNK ÄRA – Ästhetik des Hässlichen	78
3.8. AOR.....	81
3.9. 80er und 90er.....	82
3.9.1. Grunge.....	86
3.9.2. Entwicklung der Schallplatte/ Cover ab den 90ern.....	87
 4. Schlusswort – Zukunftsaussicht.....	91
 5. Literaturverzeichnis.....	94
 6. Abstract.....	99
 7. Lebenslauf.....	101

1. Vorwort

Beinahe jeder Musikliebhaber kann sich an den Tag zurückerinnern, an dem er seine erste Platte kaufte. Bei meinen Eltern war es noch die Schallplatte und bei mir die erste CD-Maxisingle meines Lieblingssongs. Von Generation zu Generation haben sich Musik und dazugehörige Medien verändert bzw. sich der jeweiligen Zeit angepasst. Auch ihre Verpackung, das Cover, wurde Epoche für Epoche, ab den 40er Jahren, unterschiedlich gestaltet. Diesen medien-geschichtlichen Verlauf möchte ich chronologisch – anhand visueller Beispiele – näherbringen.

Im Laufe der Arbeit werde ich auf die Entstehung der Musikindustrie, sowie die Geschichte der Schallplattenverpackung und deren Erfinder, Alex Steinweiss, eingehen. Weiters werden die Funktionen des Covers, deren Warenästhetik und das Coverdesign unterschiedlicher Musikstile analysiert, wobei ich auf die gesellschaftlichen bzw. sozialen Verhältnisse – Schwerpunkt Jugendkultur –, der entsprechenden Zeitabschnitte Bezug nehme.

Genau wie ein Gemälde in der Kunst, spiegelten Albumcover den Geist der Zeit wieder. Jede Epoche, von 1950 bis in die späten 90er Jahre, hatte ihren eigenen Stil: Geschichte, Mode, Hobbys, und politische Intention fanden sich auf den Illustrationen der Hüllen wieder. Diese Cover-Inhalte werde ich in meiner Untersuchung behandeln. Zum Schluss folgt ein Zukunftsausblick, wobei der Bedeutungsverlust des Artworks und die Schallplatte als Medium im Mittelpunkt stehen. Mit der raschen Entwicklung der Technik von Musikmedien und der digitalen Revolution haben sich Musikwahrnehmung und Hörgewohnheiten der Menschen verändert. Auch das Cover verlor in seiner physischen Form an Wichtigkeit.

Ziel der Arbeit ist es daher, den Verlauf der mediengeschichtlichen Entwicklung der Schallplatte anhand von inhaltsträchtigen Plattencovers der Rock- und Popgeschichte zu schildern und zu zeigen, welchen hohen Stellenwert das Cover als Verpackung für Musik besaß.

Das folgende Zitat aus Michael Ochs Buch „Classic Rock Covers“ macht deutlich, wie groß die Begeisterung für Schallplatten bzw. Plattencover-Kunst sein kann:

„Mein erstes Geld für Platten gab ich für Rock -`n`- Roll-Singles aus, die damals nur 89 Cent kosteten, Alben dagegen 3,98 Dollar. (...) Die erste LP, die ich mir kaufte, war das zweite Album von Elvis Presley, nicht etwa, weil mir die erste Elvis LP nicht gefiel, sondern weil ich die zweite in einem Haushaltswarengeschäft zum Angebotspreis von 1,98 Dollar statt der üblichen 3,98 Dollar entdeckte. Als ich mein erstes Album erstand, hatte ich in etwa das gleiche Gefühl wie beim ersten richtigen Kuss. Ich starrte auf das Cover-Foto eines strahlend lächelnden Elvis, klappte das Album auf und las den Titel auf der Hülle, streichelte das Cover, spähte in die Hülle, blickte auf die Platte, hielt inne und studierte dann wieder jeden Quadratzentimeter des Covers. Diese Vorfreude, bevor ich nach Hause kam und die Platte spielen konnte, war wunderbar.“, schreibt Michael Ochs in seinem Buch „Classic Rock Covers“. (Ochs 2001: 11-12)

1.1. Historische Entwicklung des Tonträgers – DIE SCHALLPLATTE

Emile Berliner (1851-1929), ein deutscher Forscher, meldete am 26. September 1887 das Gramophone-Schallplatten-System beim amerikanischen Patentamt an und galt fortan als Erfinder der Schallplatte. Der sogenannte „Schreibtöner“ enthielt eine flache, rotierende, schwarze Scheibe mit 12 Zentimeter Durchmesser, demnach etwa so groß wie die heutige CD (Compact Disc). Er nennt dieses Objekt „Schallplatte“ (englisch „plate“) und löste dabei seinen Konkurrenten Thomas A. Edison, der mit seinen unhandlichen und schwer transportierbaren Walzen, die Unterhaltungsindustrie revolutionieren wollte, ab. Mit der Zeit kam es zu zahlreichen technischen Fortschritten und Neuerungen. Es sollte vor allem der Klang der Platten verbessert werden. Da die Versuche mit Hartgummi scheiterten, versuchte man eine andere Pressmasse herzustellen. (Haffner 2011: 32-40)

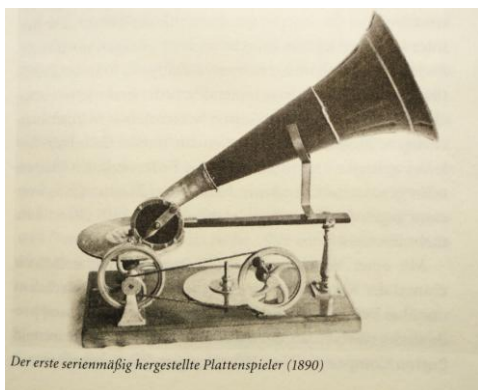


Abbildung 1: Gramophone-Schallplattensystem. Der erste serienmäßig hergestellte Plattenspieler (1890). (Haffner 2011: 39)

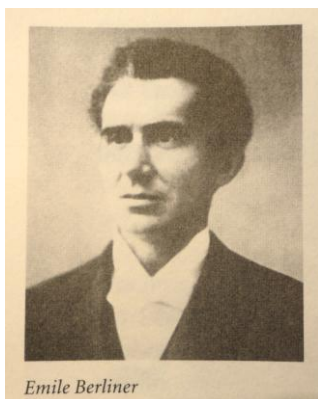


Abbildung 2: Schallplattenerfinder Emile Berliner. (Haffner 2011: 34)

Berliner kannte die Masse, mit der sich eine recht glatte Oberfläche erzielen ließ, aus der Telefonproduktion für Ohrmuscheln. Bariumsulfat, Schiefermehl und Baumwollfasern wurden mit Schellack, einem aus Indien importierten Harz aus dem dunkelroten Sekret von Lackschildläusen, als Bindemittel verrührt. Damit das Ganze nicht so scheckig aussah, gab man Ruß hinzu, sodass schwarze Scheiben entstanden, die mit 78 Umdrehungen pro Minute abgespielt werden konnten. (Haffner 2011: 41) Mithilfe der oben genannten Zusätze, konnte die Klangqualität der Schallplatte verbessert werden, wodurch ab der Hälfte der 20er Jahre die Verkaufszahlen deutlich anstiegen. Es folgten erste vollelektrische Musicboxen und tragbare Plattenspieler (produziert von Columbia USA), die sich an ein Radiogerät anschließen ließen. 1925 hatte die US-Plattenindustrie 59 Millionen Dollar umgesetzt, wobei in Deutschland 18 Millionen Platten verkauft wurden. Der Rundfunk galt nicht mehr als Konkurrent und für zu Hause entstanden erste „Musiktruhen“ mit Plattenspieler und Radiogerät in einem Gehäuse. Trotz der großen Nachfrage an Tanzmusik, Klassik, Operette und Jazz, war die erste Platte, die Millionen Mal verkauft wurde „Der Erzengel Gabriel verkündet den Hirten Christi Geburt“, 1928 erschienen bei der Deutschen Grammophon. (Haffner 2011: 79)

Aufgrund der Tatsache, dass man ein Werk nur in etwa vier Minuten langen Einzelhäppchen aufzeichnen konnte, die im Studio direkt in Wachs geschnitten wurden und so natürlich keinerlei Fehlerkorrekturen zuließen, bastelte man an einer neuen Art der Einspieltechnik: Die Ära der Magnetonaufzeichnung begann. Als Aufnahmemedium ermöglichte sie die beliebige Wiederholung der Aufzeichnung oder auch nur von Teilen derselben, sowie Korrekturen und kreatives Arbeiten im Studio. (Haffner 2011: 105)

1.2. Sound Studies

Klang oder Sound, Geräusch oder Laut sind heutzutage keine Nebensache mehr, kein Akzidenz und kein Dekor. Sound Studies tragen dazu bei, die Kontingenz von Klanggestaltungen, ihre Abhängigkeit von Bedingungen wie Räumlichkeit, Kultur und individueller Erfahrung, ihre Gestaltbarkeit in den Vordergrund zu rücken und damit begreif- und lehrbar zu ma-

chen. Klänge sind nicht nur technisch-physikalische Emanationen, nicht nur musisch-ästhetische Imaginarien, sondern greifbarer und reicher Gegenstand unseres Empfindens, Fühlens und Denkens, ein neuer Materialismus. (Schulze 2008: 10-11) Es wird hinterfragt, wie Menschen, Tiere und Dinge mit den Lauten ihrer jeweiligen Gegenwart, gegenwärtig, historisch und künftig, zusammenleben. Vor allem, wie sie Sounds gestalten, durch sie hindurch handeln und ihre Welt erkunden, in fremden und vermeintlich vertrauten Kulturen. (Schulze 2008: 3)

In Bezug zur Schallplatte funktioniert die Wiedergabe von Lauten – Sprache und Musik – anhand eines Lautsprechers. Er hat die Funktion einer akustischen Photographie oder eines akustischen Films. Der Lautsprecher erzeugt einen unsichtbaren Klang und bildet somit keine bekannte Realität mehr ab. Ziel der Komponisten war es, Klangmaterial so zu gestalten bzw. zu komponieren, dass der Zuhörer keinen Bezug mehr zu dem Klang erzeugenden Objekt herstellen konnte. Zunächst kommt es zur Aufnahme und dann zu einer Reproduktion. Die Frage, die sich stellt ist: Gibt es eine Möglichkeit der „Nichtreproduktion“? – Eine Loslösung des neuen Mediums Schallplatte von der puren Reproduktion einer bekannten Wirklichkeit und zugleich neue Richtungen in Musik und Kunst zu erlauben?

Rainer Maria Rilke beschreibt in seinem Werk „Ur-Geräusch“ die Ähnlichkeit der Schallplatte mit der Kronennaht des menschlichen Schädels – eine dicht gewundene Linie, die der Stift eines Phonographen in den empfangenen rotierenden Zylinder des Apparates eingrät. Er erkannte, dass man einen Stift über eine Spur lenken kann, der einen Ton erzeugt, eine Ton-Folge, eine Musik, das Ur-Geräusch.

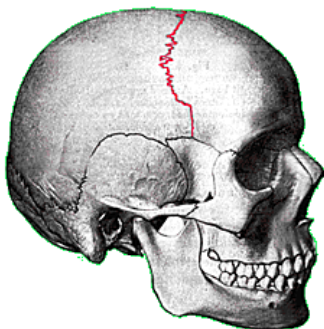


Abbildung 3: Rilke, Rainer Maria: The coronal suture - marked with red - a groove of recorded sound. „Ur-Geräusch, Rainer Maria Rilke (1919)“, <http://artbin.com/art/oprimalsound.html>, Zugriff: 08.01.2015, 17:44.

Dieser anatomische Anblick führte zur Phonographenspur. Später entwickelte man eine Ritzschrift für die Schallplatte, um die Apparate, die vorerst nur zur Reproduktion fähig waren, zu erweitern. Paul Hindemith war es schlussendlich, der durch das Experimentieren mit Schallplatten, die Aufzeichnungsart revolutionierte. Originalschallplattenmusik wurde durch Überblenden verschiedener Plattenaufnahmen und real gespielter Musik, durch Verwendung von Schnelligkeitsgraden, Tonhöhen und Klangfarben, die dem realen Spiel nicht möglich waren, erzielt. (Schulze 2008: 20-23)

Dadurch entstand Musik, die nur durch den Grammophonapparat abgespielt werden konnte. Auch wenn durch die technische Entwicklung die anfangs empfindlich spürbar klanglichen Einschränkungen Vergangenheit sind, an der Tatsache, dass der Tonträger als Medium alles andere als transparent oder der aufgezeichneten Musik gegenüber äußerlich ist, hat sich bis heute nichts geändert. „High Fidelity“ bleibt das angestrebte Ziel der technischen Entwicklung und das Credo jeder Tonaufnahme. Die Wirklichkeit ist davon bis heute schon allein deshalb weit entfernt, weil die überaus komplexen Schalldruckverhältnisse, die beim Musizieren entstehen, auch durch die beste Technik nur summiert und in einer zweidimensionalen elektrischen Signalform abgebildet werden können, während das menschliche Ohr sie dreidimensional aufzunehmen imstande ist. (Schramm 2009: 79)

Durch die Erweiterung der technischen und klanglichen Möglichkeiten zu Beginn der 50er Jahre, waren Verbreitungsmöglichkeiten guter Musik schnell gewährleistet. Mittels Technik – analog/digital – versuchte man den natürlichen Klang des Musizierens einzufangen, bzw. so zu verändern, dass bei der Wandlung in die zweidimensionale Form des elektrischen Signals das Ästhetische des Klanges bei der Wiedergabe bestehen bleibt. Ermöglicht wurde diese Art von Musikproduktion durch diverse Hilfsmittel der Aufnahmetechnik: Equalizer und Filter (zur Bearbeitung des Frequenzspektrums), Reverb (Nachhall), Kompressoren und Echo-Geräte. Damit wandelte sich vor allem in den populären Musikformen die Audio-Technologie aus einer Reproduktionstechnik in eine Produktionstechnik. (Schramm 2009: 80)

Brian Eno, ein Multimedia-Artist, hielt 1979 einen Vortrag in New York mit dem Titel „The Studio as Compositional Tool“, in dem er die Vorteile des Musikstudios nannte (Schramm 2009: 83):

„ (...) you no longer come to the studio with a conception of the finished piece. (...) Once you become familiar with studio facilities, or even if you're not, actually, you can begin to compose in relation to those facilities. (...) You're working directly with sound, and there's no transmission loss between you and the sound – you handle it.“ (Schramm 2009: 83)

Das Studio ermöglicht den talentierten Musikern sich soundtechnisch auszutoben, zu experimentieren und so an ihre musikalischen Grenzen zu stoßen. Eine der ersten Bands, die mit Sound zu experimentieren begann, waren die Beatles mit ihrem „Sgt. Pepper“ Album (1967). (Dieses Album galt sowohl sound-technisch, als auch in der Plattencover-Kunst als revolutionär.) Sie verwendeten die sogenannte Mehrspurtechnik, bei der man jede Tonspur einzeln aufnehmen und gleichzeitig abspielen konnte. (Van Zandt 2008: 9-10)

Die elektroakustische Wiedergabe von Musik (instrumental oder vokal) mittels Lautsprecher einer Schallplatte ist das „schlechte Abbild einer Realität“ – High Fidelity. Musik gilt nicht als Sprache. Jedes Musikstück ist eine Art Felsblock in einer komplexen Form mit Schrammen und Mustern, die darauf/ darein geritzt sind und die Menschen auf tausend verschiedene Weisen entziffern können, ohne dass eine dieser Weisen die beste oder wahrste wäre. Auf Grund dieser Vielfalt von Deutungen fördert die Musik wie ein Kristallkatalysator alle möglichen Phantasmagorien zutage. (Schulze 2008: 25) Sie bringt Menschen auf eine gewisse Art zusammen (Konzerte, Fangruppen im Internet, etc.). Eine erfolgreiche und talentierte Band mit beeindruckenden Songs geht auf Tournee und tritt einem riesigen Publikum gegenüber, in dem sich jeder einzelne Fan persönlich angesprochen fühlt. Das gilt nicht nur für die Musik, sondern auch für die visuelle Erscheinung des Mediums, das diese Musik wiedergibt. (Schulze 2008: 168)

Auch Schallplattencover, beziehungsweise der Kauf einer Schallplatte, bewirkt im Menschen etwas. Man eilt nach Hause, schaltet den Platten-

spieler ein, packt das neue Exemplar sorgsam aus, setzt die Nadel auf, lässt sich auf die Couch fallen und wartet gespannt auf den Moment bei dem die Musik anfängt zu spielen. Ein magischer Moment, gleich wie ein Ritual, das sich jedes Mal wiederholt, sobald man sich die Zeit mit Musik hören vertreiben will.

„Es kommt zu keiner solidarischen Form der Kollektivität, weder zwischen den einzelnen Rezipienten, noch zwischen Publikum und Bühne. Etwas sehr Abstraktes, nämlich der ästhetische Genuss – oder das, was davon übrig ist: ein bloßes Wohlgefallen – wird hier, angereichert durch Emotionen und Affekte, mit dem Konkreten verwechselt.“ (Schulze 2008: 168)

Mit dem Konkreten ist hier das Materielle, der Apparat, der einen „Star“ möglich macht, gemeint. Ab der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts steht die gesamte Entfaltung der Moderne unter dem Vorzeichen des Visuellen und der Vorherrschaft des Optischen. Musik als Leitkunst der Popkultur, ist das Spiegelbild der Gesellschaft. Beim „Sound“, bei der Klangwelt, geht es um veränderte gesellschaftliche Konstellation. Sound ist nämlich nicht nur vom Akustischen, sondern auch vom Visuellen bestimmt. (Schulze 2008: 168)

1.3. Entstehung der Musikindustrie

„Als Thomas Edison, zu jener Zeit schon taub, den Phonographen erfand, erahnte er wohl nicht den Rock' n' Roll, geschweige denn Elvis Presley oder gar Alice Cooper. Die Möglichkeiten, in deren Rahmen er die Plattenindustrie sah, begannen beim gesprochenen Wort und endeten bei der klassischen Musik.“ (Chapple/ Garofalo 1980: 9)

Begriffsdefinition: Mit Musikindustrie ist unter anderem die Tonträgerindustrie gemeint, zu der all jene Institutionen gehören, die sich organisatorisch mit der Einspielung und Festlegung von Musik auf einem Träger beschäftigen und/oder nachfolgend diese auf Träger festgelegte Aufnahme vermarkten. (Kromer 2008: 24) Hierbei handelt es sich um Plattenfirmen bzw. Record Labels (juristisch: Tonträgerhersteller), Vervielfältigungsfabriken (Manufacturing) und Vertriebsfirmen (Distribution). Ihre Aufgabe ist es, sich um die Vermarktung und Verbreitung (Promotion und Marketing) ei-

nes Produktinhaltes einschließlich der Erstellung begleitender Materialien wie Cover Artwork, Fotos und Videoclips zu kümmern. (Kromer 2008: 25).

1.3.1. Geschichte der Musikindustrie

Die Anfänge der Musikindustrie sind im 19. Jahrhundert zu datieren. Damals wurden die Rechte der Kompositionen (z.B. Notenblätter eines Autors/Komponisten) vom Verlag aufgekauft und verkauft. In Gang gesetzt wurde die Vermarktung von Musik durch die Erfindung des Grammophons (1887) von Emil Berliner. (Zur Erinnerung: Mit diesem Gerät konnten erstmals Schallplatten abgespielt werden). (Seifert 2007: 26) In den 1920er Jahren bezeichnete der Begriff Musikindustrie hauptsächlich die industrielle Vervielfältigung von Musikstücken, die der Masse zugänglich gemacht wurden (Massenproduktion). Heute beinhaltet der Begriff abgesehen von der Herstellung der Tonträger (Labels, Presswerke und Studios), die Herstellung und den Handel von Musikinstrumenten, die kreative Erstellung der Werke, die Musikverlage und Verwertungsgesellschaften, bis hin zu Konzertveranstaltern und Direktionen. (Kromer 2008: 25) Zur Musik- bzw. Plattenindustrie gehört die sogenannte „Creative Community“ – künstlerische Produzenten, Musiker und Autoren und all jene die aus eigener Schaffenskraft und/oder individueller Leistung musikbezogene Rechte kreieren. (Ihre erbrachten persönlichen Leistungen unterliegen dem Urheberrecht/Leistungsschutzrecht § 73f UrhG). (Kromer 2008: 25) Für den Begriff „Musikindustrie“ gibt es mehrere Unterkategorien: Neben der „Tonträgerindustrie“ steht „Musikwirtschaft“ als Synonym für Musikindustrie und umfasst die Gesamtheit aller Marktteilnehmer, die sich fortlaufend systematisch mit Herstellung, Verkauf und Vermarktung musikalischer Produkte befassen. (Kromer 2008: 26) Folgende sechs Wirtschaftsbereiche lassen sich abgrenzen:

1. die traditionelle Tonträgerindustrie
2. Distributoren einschließlich Musiksender
3. die Musikverlage

4. musikalisches Live-Entertainment (Live-Konzerte, Galas)
5. Begleitindustrien (Handel, Internetprovider, Merchandisingunternehmen etc.)
6. die Creative Community

Auch der Begriff „Musikversorger“ kann als Stellvertreter für „Musikindustrie“ gesehen werden. Zu den Musikversorgern zählen die Marktteilnehmer, die an der Laufbahn von Musik – von der Entstehung bis hin zum Hören und Verkauf derselben – beteiligt sind. Sie sind dafür zuständig die Musik „an den Mann zu bringen“. Hingegen sorgt die Tonträgerindustrie für die reine Herstellung von Musikspeichermédien. Zu den Musikversorgern gehören auch Radiostationen, Blogs, Internetportale und Kabelanbieter. Die drei verbliebenen Major-Tonträgerfirmen sind: Universal, SonyBMG, und Warner. (Sie existieren noch heute.) (Kromer 2008: 26)

1.3.2. Plattenindustrie

Im Laufe der Zeit schritt die Entwicklung der Plattenindustrie blitzschnell voran. Zunächst bestaunte man noch die Speicherung und Wiedergabe des gesprochenen Wortes und schon bald darauf punktete man mit klassischer- und zeitgenössischer Populärmusik, die vorerst nur für weißes Publikum produziert wurde. Die beiden führenden Plattenfirmen in den USA waren die Victor Talking Machine Company und die Columbia Graphophone Company. Erst kurz nach dem ersten Weltkrieg war die Schallplatte die Nummer 1 auf dem Musikmarkt. (Chapple/Garofalo 1980: 9) Allerdings kam es 1922 zum Einsturz der Verkaufszahlen, aufgrund einer weiteren technischen Neuerung, die kostenlosen Musikkonsum ermöglichte – dem Radio. Ausgehend von Amerika, wurde das Radio zunächst zu Militärzwecken genutzt. Die ersten Sender, die man per Hausradio empfangen konnte waren RCA (Radio Corporation of America) und CBS (Columbia Broadcasting System). Der Rundfunk galt als neue Geldquelle für die Plattenfirmen. Erst mit der Gründung einer kleineren Firma namens Decca, hatten die Radio-Netzwerke einen starken Konkurrenten.

Sie verkaufte die Platten fast um die Hälfte billiger als RCA und CBS, zudem gab es eine Segmentierung des Marktes. Es entstanden kleinere Labels wie MGM und Mercury, die hauptsächlich Country-, Klassik- und Jazz-Musik vertraten. Spätestens als das amerikanische Billboard-Magazin 1940 die Charts einführte, war das Interesse der Musikindustrie an Marktforschung geweckt. Ein Österreicher namens Dr. Peter Goldmark war es, der für eine Innovation in der Schallplattenindustrie sorgte. Er wollte die Spielzeit der Schallplatte, die anfangs eine Laufzeit von nur 5 Minuten aufwies, erhöhen. Um für eine längere Spieldauer zu sorgen, suchte er nach einem Material, das eine engere Rillenführung zuließ – besser als Schellack. Der Kunststoff Vinylite machte es möglich und erlaubte fortan eine Laufzeit von rund 45 Minuten. Musikunternehmen und Hardwareproduzenten wie Philips expandierten. Es kam zu einer Herausbildung von großen komplexen Firmen mit eigenen Vertriebskanälen und Studios. Eine der größten Plattenfirmen der Welt war Polygram (heute Universal), die 1972 gegründet wurde. Sony kaufte schließlich die CBS und Bertelsmann Arista und RCA. Schon bald waren die größten internationalen Musikunternehmen geboren: EMI, Universal, Sony, BMG und Warner. Mitte der 40er Jahre bestimmte die Urheberrechtsgesellschaft ASCAP (American Society of Composers, Authors and Publishers), bestehend aus über 1000 Komponisten und Autoren, den Musikgeschmack der Amerikaner. Gegründet wurde sie im Jahr 1914, um die Copyright-Rechte der Mitglieder zu schützen. Viele Künstler kamen zu Musik-Verlegern in die Tin Pan Alley hinter dem Broadway (28th Avenue), denen sie ihre Werke präsentierten. Unter den Musikmachern befanden sich George Gershwin und Irving Berlin, die regelmäßig für Songmaterial sorgen mussten, mit dem sich viel Geld machen ließ. Geduldet wurden nur ausgewählte Komponisten. So kam es, dass zu jener Zeit hauptsächlich Big Bands und sogenannte „Schnulzen-Musik“ gespielt wurden. (Seifert 2007: 26-27)

Mit der Erfindung der Schallplatte erlebte die Ton-Träger Herstellung einen Aufschwung. Um günstige Musik für den Tonfilm produzieren zu können – beinahe alle Hits der 30er Jahre stammen aus Film-Musicals – kaufte die Firma Warner Brothers die Häuser der Tin Pan Alley auf. Doch der Kinoerfolg währte nicht lange, denn schon bald blieben die Kassen leer.

Damit die Filmbranche finanziell überleben konnte, verlangte die ASCAP vom Rundfunk eine Doppelung der Tantieme. Die Radiostationen streikten daraufhin und gründeten die Lizenzgesellschaft BMI (Broadcast Music Incorporated). Diese Art von Gesellschaft suchte vor allem jene Musiker, die noch nicht von ASCAP geschützt wurden – das waren hauptsächlich Blues-, Country- und Vokalbands von mittelmäßiger Qualität. Fortan konnte auch das Publikum mitbestimmen, was in den Radios zu hören war. Es kam gewissermaßen zu einer Demokratisierung von der speziell die kleinen unabhängigen Plattenfirmen profitierten. Die ASCAP sah sich gezwungen ebenso Kleinmusiker in ihr Repertoire aufzunehmen, um mit BMI mithalten zu können. Natürlich zogen auch die kleinen Musiker aus den Dörfern und Kleinstädten, deren Musik am Anfang noch gemieden wurde, ihren Nutzen daraus. Besonders die schwarzen Künstler waren am Erfolg der neuen Vermarktungsstrategien beteiligt. (Seifert 2007: 27-28)

Der Markt für schwarze Musik öffnete sich durch Mamie Smith – der ersten schwarzen Musikerin, die eine Schallplatte mit dem Titel „Crazy Blues“ (1920) aufnahm. Unter dem Namen „Race Records“ wurden fortan Schallplatten, hauptsächlich Blues, für die schwarze Bevölkerung produziert. (Chapple/ Garofalo 1980: 10)



Abbildung 4: Mamie Smith, Record Volume 1. „Songbook“, <http://songbook1.wordpress.com/fx/mamie-smith/>, Zugriff: 08.01.2015, 18:36.

Viele Radios (z.B. WDIA aus Memphis) spielten diverse R&B Künstler rauf und runter. Unter ihnen zwei der berühmtesten: B.B. King und Alan Freed. Schlusslicht waren die weißen Radiosender, die erst später begannen Rhythm and Blues in ihr Programm mit ein zu beziehen. (Seifert 2007: 28)

Was den Erfolgskurs des Rock 'n' Roll angeht, waren es zu Beginn die kleineren Plattenfirmen, die einen erfolgreichen R&B Song eines schwarzen Künstlers vertraten. Dieser Song wurde dann von einem weißen Sänger kopiert und dementsprechend textlich bzw. rhythmisch abgeändert. (Größere Plattenfirmen lehnten den Rock 'n' Roll vorerst noch ab.)

(Spengler 1985: 61)

Der Handel mit Musik ist international orientiert. Vor allem der angloamerikanische Bereich profitiert von der Wirtschaft mit Musik bzw. Populärmusik. Egal in welchem Kontext die Musikindustrie steht (national/ international), sie war im Laufe der Geschichte mehrfach Objekt und Subjekt sich ändernder Rahmenbedingungen. (Kromer 2008: 34) Parallel verlaufende Änderungen betreffen beispielsweise die Abkehr von dem bis vor kurzem nahezu allein Umsatz generierenden Trägermedium CD, das Auftauchen nahezu kostenloser Konkurrenz in Form gebrannter oder herunter geladener Aufnahmen, sowie grundlegende Änderungen im Konsumverhalten und demografischer Art. Die gesamte Medienwelt, die Unterhaltungsindustrie und Musikwirtschaft befinden sich auf absehbare Zeit in einem kontinuierlichen Prozess von Veränderungen. (Kromer 2008: 35) Die Künstler (Sänger, Songwriter, Plattendesigner etc.) machten sich diesen ständigen Wandel der Zeit zu Nutzen. Musiker erfanden sich und ihre Musik (von Epoche zu Epoche) immer wieder neu und diese Art von gesellschaftlicher und technischer Veränderung spiegelte sich sowohl in den Songs, als auch auf deren Verpackung, dem Cover, wieder.

1.4. Die Verpackung der Schallplatte

Plattencover dienen nicht nur als Verpackung oder Werbeträger, sondern prägen mit ihrer spezifischen Ästhetik das Selbstverständnis der Bands und das Lebensgefühl der Fans. Es gibt unzählige Artworks, die als Experimentierfeld für zukunftsorientierte Designer, Projektionsfläche für Sehnsüchte oder politische Statements fungieren. Auf dem Cover eines Musikmediums manifestiert und konserviert sich der Zeitgeschmack der jeweiligen Jugendkulturen und wird nicht selten zur Ressource für Retro-Trends. Zudem lässt die Gestaltung als dokumentarische Archivalien der

Zeitgeschichte und kulturhistorisch relevante Primärquellen authentische Rückschlüsse auf die Entwicklung der Popkultur zu, die mit der digitalen Revolution in eine neue Phase eingetreten ist. (Schramm 2009: 397) Plattenhüllen sind nicht nur Bild gewordene Zeugnisse der Musik und ihrer Interpreten, sondern als Zeitzeugen gewissermaßen Botschafter (Medium) des jeweiligen Zeitgeschmacks. Dabei drückt das Artwork das Selbstverständnis der Musiker bzw. das Bild der Musik durch Gestaltung, Typographie und Fotos aus. Es transportiert die beabsichtigte Außenwirkung der Beteiligten, suggeriert dem Betrachter aber auch Wunschbilder, die sie mit der Musik und der Bands verbinden. Das umfasst, je nach Zeitströmung, alle denkbaren Botschaften, Formen und Inhalte, von Friede, Freude, Flower-Power der Sixties, über die Flut der Punk-Ära oder die existentielle Verzweiflung der Gothics, bis hin zur betonten Coolness der HipHopper. (Schramm 2009: 404)

Musik ist eines der wichtigsten Bestandteile populärer Kultur. Jede Generation von Jugendlichen identifiziert sich mit den jeweilig transportierten Lebensgefühlen und der Abgrenzung zu anderen Stilrichtungen und Einstellungen. Dank der Erfindung von Plattencover wurde Musik dauerhaft, handfest und berührbar. (Schramm 2009: 397)

2. Zeithistorische Bildkultur : Geschichte und Entstehung des Albumcover

Die Geschichte des Plattencovers begann mit der Entstehung der Schallplatte als Musikträger-Medium. Verpackt wurde diese meist in einem unschönen braunen Karton, der der Platte nur zum Schutz diente.

Schellackplatten wurden damals im Dreier- oder Viererpack als Album verkauft. Wie ein Buch zwischen Pappdeckeln gebunden, steckten die einzelnen Schallplatten in separaten Papiertaschen. In den USA nannte man sie „Tombstones“ (Grabsteine), da sie sich nur anhand der verschiedenfarbigen Bindung und die in Gold oder Silber eingepprägten Titel unterschieden und mit dem Rücken nach außen im Regal platziert wurden.

(Reagan 2011 : 47)



Abbildung 5: Tombstones (Grabsteine). (Reagan 2011: 128)

Auf der Rückseite der Scheiben wurden Informationen über den Musiker, sowie der Titel des Musikstücks eingraviert. 1902 befanden sich in der Mitte bedruckte Etiketten und 1910 entstanden die ersten Plattenhüllen, die vorerst allerdings nur als Verpackungsmaterial gebraucht wurden. Die Hüllen bestanden aus einer flachen, quadratischen Tüte mit einem Mittelloch, damit man das Label sehen konnte. Sie lieferten wichtige Informationen, wie Firmenname und Interpreten und schützten die kratzempfindliche Oberfläche der Platte. (Haffner 2011: 98)

2.1. Alex Steinweiss



Abbildung 6: Alex Steinweiss, Erfinder des Schallplattencover. (Reagan 2011: 27)

„I love music so much and I had such ambition that I was willing to do way beyond what the hell they paid me for. I wanted people to look at the artwork and hear the music – Alex Steinweiss.“ (Reagan 2011: 5-15)

Eine der großen Plattenfirmen – neben Victor und Decca – war Columbia Records. Sie engagierte damals einen 22-jährigen Grafiker namens Alex Steinweiss als Artdirektor, der sich den Schönheitsmakel der Platten zu Nutzen machte. Alex Steinweiss war ein Musikliebhaber und musikalisch sehr begabt – Eigenschaften, die sich positiv auf seinen kreativen Job auswirkten. Bei Columbia Records entwarf er vorerst Plakate, Broschüren, Kataloge und Anzeigen für internationale Pop- und Klassikmusik. Zur damaligen Zeit war die Musik besser als die Papierhülle in der sie verkauft wurde. Für Steinweiss

„keine angemessene Art, schöne Musik zu verpacken“. „Ich stellte mir eine bunte plakatartige Gestaltung vor, die Aufschluss über die im Album enthaltene Musik gab. Als ich der Geschäftsführung meine Idee vortrug, scheute man sich vor

den höheren Anlauf- und Druckkosten im Vergleich zu den damals üblichen Grabstein'-Einbänden.“ (Reagan 2011)

1940 entwarf er die erste illustrierte Schallplattenhülle für Richard Rodgers und Lorenz Hart. Dieses Cover zeigte die Leuchtreklame vom Vordach eines Theaters, das den Albumtitel ausstrahlte:

„Ich fuhr mit einem Fotografen zum New Yorker Imperial Theater an der 45. Straße – und überredete den Besitzer, die Leuchttafel eine Stunde lang so einzustellen, dass wir den Schriftzug Rodgers & Hart fotografieren konnten. Später fügte ich dem Bild die stilisierten Rillen der Schellackplatten hinzu – fertig war der Erstling, erzählt Steinweiss.“ (Haffner 2011: 99-100)



Abbildung 7: 1. Plattencoverentwurf der Geschichte für Richard Rodgers und Lorenz Hart. (Reagan 2011: 22)

Zwei Medien in Einem: Ein Theater wirbt für eine Aufführung mit großen Schriftzügen und pompösem Licht und genau diese Methode wendete Steinweiss an, um sein Plattenalbum zu bewerben. Indem er eine Theater-Leuchtreklame auf der Vorderseite des Albums zeigte, erreichte er zum ersten Mal die Aufmerksamkeit des Konsumenten, der aufgrund dieser auffälligen, bildhaften Gestaltung seinen Fokus auf dieses Album richten „musste“ – wie eine Zielscheibe legte er in roter Farbe die Rillen einer Schellackplatte hinter das Foto. Mit diesem Design hatte das graue Dasein der Platten ein Ende und die neuen Farbleckse wurden zum Verkaufsschlager. Steinweiss Neugestaltung des schon lange erhältlichen

Klassikers "Eroica" von Beethoven ließ die Verkäufe des Albums innerhalb kürzester Zeit um 895 Prozent steigen.¹

Mit dieser einfachen, provokativen Idee, revolutionierte und beeinflusste er die gesamte Musikindustrie, da jede Platte aufgrund der starken verkaufsfördernden Wirkung fortan ihre eigene, passende künstlerische Verpackung erhielt. Steinweiss entwarf weitere Covers für Jazz-, Musical-, Klassik- und Popaufnahmen und brachte so den Stein zum Rollen. Von diesem Zeitpunkt an, hingen seine Entwürfe in jedem Plattenladen wie ein Kunstwerk an der Wand. Sein Design der Tonträgerverpackungen war dominierend und Vorläufer für alle Plattencovers, die danach kamen. Zu jener Zeit befand sich Steinweiss in einer Branche, in der Gestaltung und Design keine Tradition hatte. Es gab zudem keine Geschäfte, die auf Tonträger spezialisiert waren. Alben wurden generell neben den Grammophonen in Haushaltsgeräteläden verkauft. Meistens war ein zuständiger Verkäufer vor Ort, der Kunden zum Kauf anregen sollte. Eine Ausnahme gab es, und zwar den amerikanischen Schallplattenhersteller RCA Victor, der den Versuch unternahm, mit bereits vorhandenen Gemälden, Schallplattenhüllen optisch zu gestalten. Dennoch waren Cover ein ungeschliffener Diamant in der Musikbranche und haben nur auf jemanden wie Steinweiss gewartet. (Reagan 2011: 47)

Nachdem die Verkaufszahlen dank den Entwürfen von Alex Steinweiss in Windeseile nach oben schossen, forderte die Marketingabteilung mehr seiner Illustrationen. Einer, der berühmten Cover-Designer, Peter Blake – er entwarf damals das Sgt. Pepper-Cover der Beatles – meinte im Jahr 1999 (Thorgerson/ Powell 1999: 8):

„ (...) the LP cover has found recognition as a serious and valid art form. I have to say though that the album jacket isn't always given the credit that it deserves because it is usually an integral and important part of the record. (...) this book recalls that sometimes unbearable excitement of going to your local record shop to buy the latest album by your favourite singer or band and the first thing you saw was the design on the front cover.”
(Thorgerson/ Powell 1999: 8)

¹ Vgl. Maack, Benjamin: „Erfinder des Plattencovers. Der mit den Farben tanzte“, <http://www.spiegel.de/einestages/erfinder-des-plattencovers-a-948601.html>, Zugriff: 30.10. 2014, 10:17.

Da Alex Steinweiss vorerst der einzige Grafiker war, der sich der Gestaltung der Covers widmete, fand man meist seinen Namenszug in Gravurschrift (im Eck rechts oben) auf den Hüllen vor.

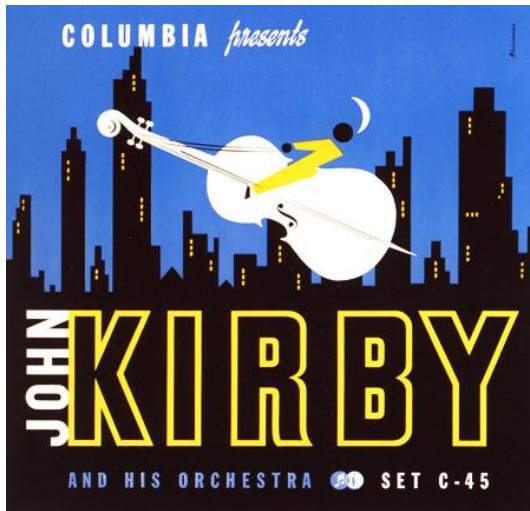


Abbildung 8: Steinweiss Signatur (Gravurschrift, rechts oben). (Reagan 2011: 152)

Bei seiner Arbeit legte Steinweiss Wert auf Artwork – musikalische und kulturelle Symbole, mit surrealem Charakter und metaphorischer Wirkung – anstatt die Künstler portrait- haft selbst abzubilden. (Vor seiner Karriere als Cover-Designer, arbeitete Steinweiss für Binder, einen bekannten Plakatgestalter. (Reagan 2011: 49) Dieses Vorwissen war sein Vorteil. Er lenkte zum Beispiel den Blick auf ein Motiv im Zentrum und wählte zudem Schriften und Farben, die einem sofort ins Auge stachen. (Mit ausgefallenen Schrifttypen wollte er Akzente setzen.) Um das Käuferinteresse der Musikliebhaber zu wecken, versuchte er, bevor er ein Cover entwarf, so viel wie möglich über den Künstler herauszufinden (Informationen zur Musik, zum Leben des Künstlers zur Epoche etc.). (Reagan 2011:51)

„Bei einem Bartók-Klavierkonzert nahm ich zum Beispiel die Elemente des Klaviers -die Hämmer, Saiten und Tasten- und setzte sie zu einer modernen Komposition zusammen. Bartók ist Ungar, weswegen ich die Andeutung einer bäuerlichen Figur mit einfügte.“ (Reagan 2011: 51)

Er beschäftigte sich nicht nur mit dem Artwork, sondern auch mit dem Material selbst, in das die Platten gehüllt waren. So entwickelte er sogenannte „Recordtainer“ (= eine Staub resistente Schachtel mit Buchdeckel und

Scharnier, in der die Platten in Schutzhüllen gestapelt wurden. Die Hüllen waren aus Packpapier, die er an einen Zylinderstift klebte, der mit Metallclips in der Schachtel befestigt war.) (Reagan 2011: 54)

Mit der Erfindung der empfindlichen Langspielplatte (LP) entwickelte sich auch das Verpackungssystem weiter. So wurden bald darauf Papphüllen verwendet, die mit buntem Papier überzogen waren, mit Farbdruck auf der Vorderseite und Schwarz-Weiß-Druck auf der Hinterseite. Durch diese Schallplattenhüllen verbesserten sich auch die Druckmethoden, wodurch es bald zur Verwendung von Fotos kam. (Steinweiss zog zwar seine Methode der Zeichnung und Typografie vor, arbeitete nebenbei aber auch als Fotodesigner und Artdirektor.) In den 1950er Jahren war es dann soweit: Pop-Labels forderten hauptsächlich Fotografie auf Albumcover. Die Platten- und Designindustrie begann sich zu verändern. Die Moderne war vorbei und machte Platz für den Psychedelic-Trend. Steinweiss wurde nicht mehr so recht gefordert und das Grafikdesign verlor an Faszination und Bedeutung. Deshalb beschloss Steinweiss im Alter von 55 Jahren (1972) aufzugeben (Reagan 2011: 56):

„Eines Tages wartete ich im Empfangsbereich einer Plattenfirma –ich im Anzug, neben mir lauter langhaarige Typen in fransigen Lederjacken. Da wurde mir plötzlich klar, dass ich total altmodisch war und es Zeit wurde, das Handtuch zu werfen. Das Geschäft hatte sich einfach zu sehr verändert. Und wenn man nicht Paul Rand oder Will Burtin hieß, war es ein ständiger Kampf – und das war mir in dem Alter einfach zu viel.“ (Reagan 2011: 56)

Erst später in den 80er Jahren wurde das Grafikdesign wiederbelebt. Das Interesse nahm wieder deutlich zu und Steinweiss stand als Revolutionär des Grafikdesigns ganz oben auf der Liste der Pioniere. (Dies geschah genau in der Zeit, in der die CD die LP ablöste.) Einflussreiche Designer und Artwork-Künstler wurden in Büchern und Ausstellungen geehrt und hoch gepriesen. (Reagan 2011: 56)

2.2. Funktionen der Plattencover

Neben den Eigenschaften als Schutzhülle, Werbeträger und inhaltsangebendes Etikett, ist das Cover einer Platte Teil der ästhetischen Inszenierung von Populärmusik. (Schramm 2009: 397)

Da es einen großen Pool voller unterschiedlicher Musik-Stilrichtungen gibt, sind auch unterschiedliche musikalische Einstellungen und Geschmäcker möglich. Jede Generation wird mit anderen musischen Inhalten konfrontiert. Sie identifiziert sich mehr oder weniger intensiv mit den transportierten Inhalten, wodurch wiederum die Körperlosigkeit und Vergänglichkeit dieser Kunstform zum Vorschein kommt. Man benötigt daher eine Art Konserve, die Musik gleichzeitig speichert und auch wiedergeben kann. Die Schallplatte ist die Verpackung für Musik, das Cover die Verpackung für die Schallplatte. Das Artwork (= das Design von Cover, Booklet) entsteht durch ein Zusammenspiel von Designern, Typographen, Illustratoren, Fotografen und Art Directors in Abstimmung mit den Musikern. Bis zum Jahr 1981, in dem die ersten Promo-Video-Clips im Musik-TV (MTV etc.) liefen, war das Cover einer Platte das Aushängeschild des Künstlers – es war ein visuelles Abbild der Musik. Die Plattenhülle verleiht der Musik Individualität, Realität und Selbstständigkeit. Durch Eigenartigkeit bleibt es im Erinnerungsvermögen des Betrachters haften. Vor der Auflösung in digitale Daten war Musik nur als gegenständliches Produkt für Distribution und Konsumtion verfügbar. Tonträger besaßen als Ware einen funktionalen und formalen Gebrauchswert. Man musste sie hören können, wollte darüber hinaus aber etwas sehen und in der Hand halten. Der Entwurf eines Plattencovers hat – im Pop- und Rockbereich – eine doppelte Funktion. Einerseits dient er zu Marketingzwecken, als Werbung für ein Zielpublikum, andererseits als „Eye-Catcher“, der im Idealfall mit künstlerisch originellem Anspruch sowohl den musikalischen und textlichen Inhalt, als auch das zu transportierende Lebensgefühl und den Zeitgeist widerspiegelt. Nach Marshall McLuhan ist das Cover eines Musikstückes ein „message medium“, dessen Aussage Rückschlüsse auf seine Entstehungszeit zulässt. (Schramm 2009: 397-398) Das Plattencover entwickelte sich inhaltlich von der reinen Verpackung (Hülle) zum Bedeutungsträger und zur

Botschaft, um schließlich eine Art Kulturgut zu werden. Formal wurden dabei Grenzen überschritten und sogar gesprengt, weil die Hülle immer mehr entweder mit dem eigentlichen Tonträger verschmolz oder selbst zum Objekt mit einem eher dreidimensionalen Grundcharakter wurde. (Spiegel 2013: 5) Covers sind nicht nur förderlich für den Verkauf einer Platte (verkaufspychologisch, Aufmerksamkeitsgewinnung), sie sind ebenso stilprägend. Besondere Aufmerksamkeit erfahren jene Plattencovers, die dem spezifischen Zeitgefühl entsprechen. Wenn man beim Design gewisse Kriterien erfüllt und Humor, Innovation, oder Minimalismus mit einfließen lässt, kann man den Betrachter bzw. den Käufer leicht beeindrucken. Abhängig von der medientechnischen und medienkulturellen Entwicklung bestimmen diese Produkte der Pop-Ikonographie die Außenwirkung der Band. Außerdem bleiben sie lange im Gedächtnis, da sie nicht nur in den Plattenläden und im Internet bzw. später auf Flohmärkten und Plattenbörsen zu finden sind, sondern den Käufer oder Sammler oft ein Leben lang begleiten. Gutes Artwork erhöht die Sammelwürdigkeit des Popproduktes und hat mehr als nur nostalgischen Wert. Nicht nur die Musik, sondern auch die Covermotive beeinflussen die Erinnerung an die wichtigste Sozialisationsphase der Adoleszenz, in der die kulturelle Konstruktion einer Identität durch Distinktion von anderen stattfindet. (Schramm 2009: 398-399)

Eingängiges und stimmiges Artwork spiegelt die jeweilige Befindlichkeit, den Zeitgeschmack, die Wünsche, Sehnsüchte, Einstellungen und den Zeitgeist einer jeweiligen Epoche wider, da die Gestaltung unmittelbare Rückschlüsse auf gesellschaftspolitische, alltagskulturelle und kulturhistorische Zustände zulässt. (Schramm 2009: 399) Es bietet den Künstlern die Möglichkeit sich selbst zu verwirklichen, voneinander zu unterscheiden und von der Masse abzuheben.

2.3. Warenästhetik in Bezug auf Plattencover

Die meiste Aufmerksamkeit erlangt ein Coverdesign bekannterweise dann, wenn es optisch reizvoll, interessant, schön oder ausgefallen gestaltet ist. Damit die Ware aus der Fülle konkurrierender Produkte heraus-

sticht und das Konsumbegehren der Kunden weckt, versehen Hersteller ihre Erzeugnisse – in Zeiten der industriellen Massenproduktion – mit strahlenden, an die Aisthesis, die sinnliche Wahrnehmung, appellierenden Oberflächen, um die Steigerung von Konsumlust und vor allem Profit zu erzielen. (Drügh/ Metz/ Weyand 2011: 10) Die Ästhetik der Ware „Schallplatte“ scheint durch ihre Hülle nach außen. Der Künstler bzw. der Designer einer Plattenhülle möchte vor allem eines: Aufmerksamkeit. Da es aufgrund der Vielzahl von Schallplatten und unterschiedlichen Musikgenre schwierig ist aufzufallen, sind Artwork Künstler dementsprechend herausgefordert. Ein Cover sollte den Betrachter in den Bann reißen, seinen Blick sofort einfangen und sein Interesse wecken, wenn er ein Plattengeschäft betritt. Aufgrund der Illustration von Alex Steinweiss für das erste Albumcover der Geschichte, wurden mehr Platten verkauft als jemals zuvor – dieses Beispiel zeigt die starke Wirkung des Visuellen. Die Leuchtreklame, die als Foto auf dem Frontcover von Steinweiss zu sehen ist, wirkt auf den Betrachter vertraulich, da sie aus einem urbanen und daher ihm bekannten Raum stammt. Der Soziologe Georg Simmel behauptet, dass man den Wert eines Analyseobjekts nicht an der Genialität eines Kunstschöpfers oder an der Distanziertheit von der profanen Welt bemisst, sondern als Effekt der Verwobenheit ins kulturelle Netz begreift. Er macht damit deutlich, dass Ästhetik nicht als Abwendung von einer Kultur der Vielen funktioniert, sondern aus der Zuwendung zum profanen Raum ästhetischen Mehrwert schöpft. Eine Ware bzw. ein Produkt sollte die Kultur des Menschen sowohl leiten als auch reflektieren. (Drügh/ Metz/ Weyand 2011: 33 - 34)

Neben ihrer Funktion als „Eye-Catcher“, liegt die Hauptaufgabe einer Schallplattenhülle darin, erzählende, sinnvermittelnde Bilder zur Musik zu liefern, in die sich der Hörer während des Musikgenusses vertiefen kann. Besonders im Bereich der elaborierten Rockmusik oder der psychedelischen Musik bekommen Schallplattenhüllen in ihrer Gestaltung eine musikalische Wirkung, die den bloß informativen Charakter gewichtiger Begleit-

texte auf den Hüllen der Schallplatten sogenannter Klassik weit übersteigen.²

Das Cover gehört zu jenen Verpackungen, um deren Gestaltung am meisten Aufwand betrieben wird. Jede grafische Form, jede Farbe, beinahe jeder Kunststil und jeder über die Musik hinausgehende Inhalt, ist auf der quadratischen Hülle (31,5 cm mal 31,5 cm) zur Anwendung gekommen. Zudem wurde sogar versucht, die Form der Hülle selbst zum Gegenstand der Gestaltung zu machen. Es gab zum Beispiel durchsichtige oder zerrissene Hüllen, dreieckige, runde, Hüllen aus Holz, Metall oder Plastik, sowie bewusst einfach produzierte bzw. solche, die der Käufer sich selbst gestalten sollte. Eine Eigenart der Schallplatte besteht in ihrer Doppelstruktur als Ware und Sammlerobjekt: längst hat die Schallplatte die Briefmarke oder die Münze abgelöst – Tonträger sind das Sammlerobjekt des Spätkapitalismus.³ Je seltener bzw. älter eine Schallplatte ist, umso größer ist die Bedeutung/ der Wert für den Sammler.

Schallplatten faszinieren:

1. ...dadurch, dass sie die Lieblingsmusik ins Wohnzimmer bringen. (Sie entwerfen das Hier und Jetzt (Engell/ Vogl 2004: 21)).
2. ...durch ihre Schönheit – dem Cover – das den musikalischen Inhalt nach außen bringt. Aber auch das Gegenteil von Schönheit, Obszönität und Hässlichkeit können die äußere Ästhetik eines Platten-covers bestimmen (vor allem im Heavy Metal Bereich: Totenköpfe, nackte Brüste einer Frau oder blutverschmierte Kreaturen).

Der Philosoph Karl Marx äußert sich zum Thema Warenästhetik folgendermaßen:

² Vgl. Raulet, Gérard/ Schmidt, Burkhardt (Hg.): „Vom Parergon zum Labyrinth: Untersuchungen zur kritischen Theorie des Ornaments“, Böhlau Verlag Ges.m.b.H. und Co. KG, Wien-Köln-Weimar; 2001, <http://books.google.at/books?id=-NWAdrvtguMC&pg=PA115&lpg=PA115&dq=theodor+adorno+musik+waren%C3%A4sthetik&source=bl&ots=xWLktvj2J9&sig=YVcxUKJDRQH97MGAHVmFgRMd3ZM&hl=de&a=X&ei=bpxaVJTIONLdsASihIDIAQ&ved=0CCEQ6AEwAA#v=onepage&q=theodor%20adorno%20musik%20waren%C3%A4sthetik&f=true>, Zugriff: 09.11.2014, 15:16, S.114.

³ Vgl. Raulet, Gérard/ Schmidt, Burkhardt (Hg.): „Vom Parergon zum Labyrinth: Untersuchungen zur kritischen Theorie des Ornaments“, Böhlau Verlag Ges.m.b.H. und Co. KG, Wien-Köln-Weimar; 2001, <http://books.google.at/books?id=-NWAdrvtguMC&pg=PA115&lpg=PA115&dq=theodor+adorno+musik+waren%C3%A4sthetik&source=bl&ots=xWLktvj2J9&sig=YVcxUKJDRQH97MGAHVmFgRMd3ZM&hl=de&a=X&ei=bpxaVJTIONLdsASihIDIAQ&ved=0CCEQ6AEwAA#v=onepage&q=theodor%20adorno%20musik%20waren%C3%A4sthetik&f=true>, Zugriff: 09.11.2014, 15:53, S.114.

„Ein Ding kann nützlich und Produkt menschlicher Arbeit sein, ohne Ware zu sein. Wer durch sein Produkt sein eigenes Bedürfnis befriedigt, schafft zwar Gebrauchswert, aber nicht Ware. Um Ware zu produzieren, muß er nicht nur Gebrauchswert produzieren, sondern Gebrauchswert für andere, gesellschaftlichen Gebrauchswert.“ (Drügh/ Metz/ Weyand 2011: 141)

Zur Unterscheidung zwischen Gebrauchswert und Tauschwert von Waren: Gebrauchswert meint den praktischen Nutzen aus Material- und Herstellungsqualität für den Konsumenten, Tauschwert den ökonomischen Nutzen aus Marktprozessen für den Produzenten. Wolfgang Fritz Haug zufolge, der die Bezeichnung „Warenästhetik“ im Jahr 1971 einführte, wird die Ausbeutung der Konsumentenschaft durch einen illusionistischen Gebrauchswert bzw. durch ein „Gebrauchswertversprechen“ befördert, das von gewinnorientierten Produzenten initiiert wird, um den Konsumenten bewusst zu täuschen. Diese marxistisch geprägte Perspektive folgt der Überzeugung, dass die Bedürfnisse, Wünsche und Begierden von Konsumenten nicht aus sich selbst heraus entstehen, sondern die Motivationsstrukturen des Konsums einer Nachfrage entspringen, welche zu allererst von der Produzentenschaft generiert wird.⁴

Aus ästhetisch-künstlerischer Perspektive lässt sich sagen, dass die nicht-bildliche Musik für die Gestaltung ihrer Verpackung eine Bedeutungsvielfalt eröffnet, die bei anderen Künsten, etwa der Literatur – dem Buchcover – nicht erreicht wird. Was sich an „warenästhetischem Schein“ zuträgt, kann keine Oberflächengestaltung der Musik sein, da Musik keine Oberfläche hat und als Kunstform selbst schon Schein ist (Ästhetik meint Schein). Die Warenästhetik beginnt daher nicht mit der Oberflächengestaltung, sondern erst mit der Verpackung des Gebrauchsobjektes.

⁴ Vgl. Grunenberg, Robert: „Popzeitschrift. Forschungen zur Warenästhetik“, 2012, <http://www.pop-zeitschrift.de/2012/12/12/kulturwissenschaft-und-warenasthetikam-beispiel-von-david-wagners-roman-vier-apfelvon-robert-grunenberg12-12-12/>, Zugriff: 05.11.2014, 15:49.

Welche Bedeutung die Schallplattenhülle für die Musik hat, zeigt sich daran, dass die Bezeichnung „Album“ in der Populärmusik zu einem musikalischen Terminus aufgestiegen ist. Aufgrund des gestalterischen Frei- raums, hat die Rockmusik das aufklappbare Cover wiederentdeckt. Zu- gleich bezeichnet man mit „Album“ nicht nur die Hülle, sondern die Musik einer Schallplatte – das Album ersetzt den Werkbegriff in der populären Musik. Von einem „Konzeptalbum“ spricht man, wenn Tonträger eine in sich geschlossene Arbeit darstellen und die einzelnen Elemente der Pro- duktion, wie Songs, Verpackung oder auch Bühnenshow, aufeinander verweisen. Wenn Theodor W. Adorno in der „Einleitung in die Musiksozio- logie“ vom Warencharakter der Musik spricht, meint er nicht deren Veröf- fentlichung auf Tonträger allein, sondern vielmehr die musikalischen For- men, die sich den Markterfordernissen anpassen. Der britische Musiksozi- ologe Simon Frith ist der Meinung, dass es zwar nur wenige Anhaltspunk- te dafür gäbe, dass die Hüllen irgendeine Auswirkung auf den Verkauf einer Platte haben. Dennoch sei die Geschichte der Rockmusik mit Ver- änderungen der Verpackungsmethoden verbunden. Mit Adorno teilt Wolf- gang Fritz Haug die Ansicht, dass der Mensch dem Scheincharakter der Kunstware zum Opfer fällt, wenn er sich einmal als Käufer auf die ver- blendende Struktur ökonomisch verwalteter Massenkultur eingelassen hat.⁵

Adorno steht somit in Opposition zu Walter Benjamin (Warentheorie), der ein Befürworter der Massenproduktion ist. Walter Benjamin beschreibt in seinem Werk „Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbar- keit“ (1935), dass durch die Massenherstellung von Kunst (Musik, Film, Malerei,...) die Rezeption der Konsumenten verändert wird. Bildende Künste verlieren ihre „Aura“ und durch die technische Reproduktion (Ton- aufnahmen, Kunstdruck, Photographie etc.) kommt es zur Entwertung des Originals. Benjamin sieht in dieser Entwicklung allerdings keine Bedro-

⁵ Vgl. Raulet, Gérard/ Schmidt, Burkhardt (Hg.): „Vom Parergon zum Labyrinth: Unters- suchungen zur kritischen Theorie des Ornaments“, Böhlau Verlag Ges.m.b.H. und Co. KG, Wien-Köln-Weimar; 2001, <http://books.google.at/books?id=-NWAdrvtguMC&pg=PA115&lpg=PA115&dq=theodor+adorno+musik+waren%C3%A4sthetik&source=bl&ots=xWLktvj2J9&sig=YVcxUKJDRQH97MGAHVmFqRMd3ZM&hl=de&s a=X&ei=bpXaVJTIONLdsASihIDIAQ&ved=0CCEQ6AEwAA#v=onepage&q=theodor%20a dorno%20musik%20waren%C3%A4sthetik&f=true>, Zugriff: 09.11.2014, 16:21, S. 114- 118.

hung für Künste. Kunstobjekte werden „entzaubert“ und somit herausgerissen aus der romantischen Vorstellung (Entmythologisierung). (Drügh/ Metz/ Weyand 2011: 35) Eine Ware ist kein Kunstobjekt mehr, da sie aus der „Kreativität des Industrialismus“ entsteht. (Drügh/ Metz/ Weyand 2011: 36)

Plattenfirmen verfolgen natürlich das Ziel so viele Alben wie möglich zu verkaufen und Profit zu schlagen. Sie richten sich daher nach gewissen Richtlinien, die gewinnbringend sind. Meistens ist das Cover interessanter und qualitativ besser als die Musik der Band oder des Solo-Künstlers selbst. Bei dem amerikanischen Sänger Meat Loaf ist es so, dass das Cover attraktiver ist als der Interpret (>Der Sänger ist üppig und ungepflegt, während die Cover zu seinen Alben mächtige und muskulöse Helden zeigen.) Es handelt sich daher um eine Täuschung. Selbstverständlich wissen seine engen Fans, wie er in Natura aussieht. Andere Musikliebhaber kaufen das Album vielleicht nur wegen der ansprechenden Illustration.



Abbildung 9: Meat Loaf Album, "Dead Ringer". "57 great sci-fi and fantasy-themed album covers", Image 37/57, http://www.blastr.com/2010/07/album_art.php, Zugriff: 08.01.2015, 19:06.

Letztendlich verkaufen sich die Alben dann besser, wenn der Sänger oder die Sängerin den Vorstellungen der Masse entspricht, gepflegt, schlank, sympathisch und gut gekleidet ist.

Karl Marx merkt an, dass Unternehmen nicht Gebrauchswerte für sich selbst produzieren, sondern auch für andere. Unternehmen produzieren nicht in Bezug auf individuelle Bedürfnisse, sondern in standardisierten Formen, die Konsumentengruppen ansprechen. (Drügh/ Metz/ Weyand 2011: 146)

So verhält es sich auch mit den Musikunternehmen. Da Musik für die Masse zugänglich gemacht wird, handelt es sich um Ware. Diese Ware ist auf den unterschiedlichen Musikgeschmack des Käufers abgestimmt (je nach Musikstil ein anderes Coverdesign, um die jeweilige Zielgruppe und deren Bedürfnisse anzusprechen.) Ein Musikcover ist nicht nur eine reine Werbemaßnahme, um die Ware Musik zu veredeln. Waren sind Objekte, die in kulturelle Bedeutungen und Praktiken eingehen und deshalb für die Ausbildung kultureller, sozialer und psychologischer Identitäten konstitutiv sind. Ein zentraler Forschungsbereich der Material Culture sind die symbolischen Eigenschaften von Artefakten. Insbesondere geht es um die Frage, wie in Alltagsgegenständen, Gebrauchsobjekten und Waren semantische Qualität einerseits historisch wächst und andererseits strategisch konstruiert wird. Prinzipiell geht es um die Transferkanäle zwischen Menschen und Objekten und das kommunikative Austauschpotenzial symbolischer Objekteigenschaften. Konsumgüter sind aber nicht nur als kulturelle Bedeutungsträger zu verstehen, sondern gewähren Konsumenten ihrerseits Zugang zu emotionalen Erfahrungen und begünstigen dadurch die Ausbildung und Aufrechterhaltung von Individualität. Nach Colin Campbell wird der Konsum von Träumen und Fantasien angetrieben, die das Individuum mit der Frage konfrontieren, was es eigentlich sein wolle. Es ist die Aufgabe von Konsumgütern, eine Welterweiterung zu bewirken, weshalb sie als überzeugende Geschichten oder sogar als eine Form der Literatur oder Kunst gestaltet sein müssen. Nicht zuletzt spricht der Kunsthistoriker Wolfgang Ullrich deshalb auch von einer Ökonomie der Waren, die als Produktion von Träumen bezeichnet werden kann.⁶

2.4. Image und Corporate Identity

Die Plattenalben die man besitzt, spiegeln die eigene Persönlichkeit wieder – Wünsche, Träume, Fantasien, Emotionen, Politik und Lebenseinstellung. Demnach könnte man einen Menschen anhand seines Musikge-

⁶ Vgl. Grunenberg, Robert: „Popzeitschrift. Forschungen zur Warenästhetik“, 2012, <http://www.pop-zeitschrift.de/2012/12/12/kulturwissenschaft-und-warenasthetikam-beispiel-von-david-wagners-roman-vier-apfelvon-robert-grunenberg12-12-12/>, Zugriff: 05.11.2014, 16:00.

schmacks beurteilen, da die Schallplatte samt Cover den persönlichen Geschmack zum Ausdruck bringt. Das Cover, sei es das einer Platte oder einer CD, ist die dauerhafte Bühne für das Selbstverständnis, die Selbstdarstellung und den Starkult. Durch die Erschaffung eines Image (=Abbild, Gesamteindruck) entsteht der Kontakt zum Publikum (Zielpublikum). Authentizität erlangen viele Künstler durch Coolness („Street Credibility“) mit der sie besonders den Geschmack der Jüngeren treffen (zerrissene Jeans, protziges Auto, ausgefallene Frisuren, Make-up etc.). Wiedererkennung und Einzigartigkeit sind wichtige Punkte, die man beim Design des Artwork beachten sollte. Eine weitere kommunikativ-ästhetische Funktion der Cover Art sind „Corporate Identity“ bzw. „Corporate Design“, das „Branding“ einer Marke. Kunst und Kommerz gehen bei dieser Form der visuellen Kommunikation häufig ineinander über. (Schramm 2009: 399) Der Künstler Andy Warhol zum Beispiel, entwarf das Cover für das Album „Sticky Fingers“ der Rolling Stones. Die Popgruppe hat sich dabei bewusst für diesen Künstler und seine banale Hüllengestaltung entschieden, da er die Band am besten repräsentierte. Die Verpackung ist dabei selbst der Inhalt. Das Album ist nicht bloß die Platte, sondern die Platte in einem ästhetisch-funktionalen Kontext, der das ganze Objekt, das Album, zur eigentlichen Ware macht, die der Käufer, der sich mit diesem Stil identifiziert, ansprechend findet.⁷

Einige Bands, vor allem im Independentbereich, entwerfen häufig ihr Artwork selbst. Dort stehen weniger Fotos der Mitglieder im Mittelpunkt als vielmehr eine Gestaltung, die eine Aussage oder das Weltbild der Musiker transportieren soll. Der „visual style“ muss zum Gesamtimage passen. Das Cover wird zur Projektionsfläche.“ (Schramm 2009: 402)

⁷ Vgl. Raulet, Gérard/ Schmidt, Burkhardt (Hg.): „Vom Parergon zum Labyrinth: Untersuchungen zur kritischen Theorie des Ornaments“, Böhlau Verlag Ges.m.b.H. und Co. KG, Wien-Köln-Weimar; 2001, <http://books.google.at/books?id=-NWAdrvtguMC&pg=PA115&lpg=PA115&dq=theodor+adorno+musik+waren%C3%A4sthetik&source=bl&ots=xWLktvj2J9&sig=YVcxUKJDRQH97MGAHVmFqRMd3ZM&hl=de&sa=X&ei=bpxaVJTIONLdsASihIDIAQ&ved=0CCEQ6AEwAA#v=onepage&q=theodor%20adorno%20musik%20waren%C3%A4sthetik&f=true>, Zugriff: 07.11.2014, 15:10, S. 121-122.

3. Die Geschichte der Pop- und Rockmusik – Als Musikalben die Welt beherrschten

Mit der Schallplatte ging 1920 der Musikstil „Blues“ einher, der in jener Zeit entstand, in denen die Schwarzen unter der Feudalherrschaft der Weißen zu leiden hatten. Blues war der Gesang der Einsamkeit und des Selbstausdrucks, vermischt mit Rhythmusgefühl der afrikanischen Musik. (Seifert 2007: 17) Er war im Grunde der Vorreiter der Popmusik und somit die Sprache des Volkes. Einige schwarze Bluesmusiker gingen mit ihren Songs auf Reisen und versuchten in der Großstadt (Memphis, Chicago) etwas Geld mit Klavierspielen zu verdienen, bis die Wirtschaftskrise kam, die die Städte und die Plattenindustrie lahm legte. In den 30er Jahren kam es zur Aufbruchstimmung und mit dem New Deal änderte sich einiges. Viele Musiker nutzten die Chance erfolgreich zu werden. Der Begriff „Race Records“ gehörte der Geschichte an, da er vom heute geläufigen „Rhythm & Blues“ (R&B) ersetzt wurde. Dieser Begriff war allerdings vorerst nur in den Ghettos bekannt. Er sollte der schwarzen Bevölkerung Selbstbewusstsein verschaffen und ihr die nötige Freiheit geben, ihre Kreativität zu entfalten. Aus dem Blues entwickelten sich später viele Musikstile heraus. Es kamen E-Gitarre, Bass und Schlagzeug hinzu und ab 1939 begann schlussendlich der Hype der internationalen Tanzmusik. Wichtig dabei war Authentizität und Ausdruck. (Pioniere dieser Zeit waren T- Bone Walker, Robert Johnson, Muddy Waters). Der amerikanische Musikkritiker LeRoi Jones vertrat die Ansicht, dass R&B-Musik eine sinnvolle und emotionale Verbindung mit dem Leben des Menschen gewährleistet. Doch bei den Plattenbossen hatten die R&B-Künstler nach wie vor geringe Chancen. Wenn es „schwarze“ Songs in die Hit-Listen schafften, so war das eher die Ausnahme von der Regel. (Seifert 2007: 19-20)

Nelson George, ein afroamerikanischer Musikexperte, behauptete, dass Rock' n' Roll lediglich „weißer“ Rhythm & Blues gewesen ist, der Rock' n' Roll genannt wurde, um seine schwarzen Wurzeln zu verhüllen. Einer der ersten weißen Musiker, namens Bill Haley, kreierte einen Sound aus Country & Western, Dixieland-Jazz und Rhythm & Blues. Diese Musik begeisterte den amerikanischen Discjockey Alan Freed, der nach eigener

Behauptung die Bezeichnung „Rock’ n’ Roll“ (ein schwarzer Slang-Ausdruck für „Sex“) ins Leben rief. Mit dieser Musikrichtung wollte er die rassistische Zugehörigkeit so weit verschleiern, dass die weißen Konsumenten kein ungutes Gewissen haben mussten. (Seifert 2007: 29-31)

3.1. Rock ’n’ Roll – Jugend im Aufbruch

Nichts bedrohte die Ordnung des Establishments so wie der Rock ’n’ Roll, dessen „Urwaldmusik“ den Soundtrack zu den Sehnsüchten der rasch wachsenden Jugendkultur lieferte und dabei Rassismus und Sexualität ins Alltagsleben transportierte. (Paytress 2013: 10) Trotz der schlechten Nachrede, wurde Rock ’n’ Roll 1951 schlussendlich zur Alltagssprache. Besonders die Jugend fand diese Musikrichtung aufgrund ihrer Schnelligkeit und mitreißenden, beschwingten Rhythmik ansprechend. Einer ihrer wichtigsten Idole war Elvis Presley, der den Rock ’n’ Roll soundtechnisch prägte. Rockmusik wurde zum exklusiven Eigentum der Jugendlichen. Während sich die amerikanische Schlagerproduktion der Tin Pan Alley – Ära darauf spezialisierte, in sentimental Schnulzen die emotionalen Defizite des harten Arbeitslebens zu beschwichtigen, ging es den Jugendlichen um das Erleben eines neuen erotisch durchgedrungenen Körpergefühls. Im Rock’ n’ Roll fanden sie das dafür passende Ausdrucksmittel. (Seifert 2007: 33) Medienkonzerne nahmen daher vor allem die Jugend als lukrativen Markt wahr. Dadurch waren sie sowohl am Prozess der Jugendveränderung als auch an ihrer gleichzeitigen Vermarktung beteiligt. (Seifert 2007: 35) So richtig in Gang gebracht wurde die Plattenindustrie durch Columbia Records, die Plattenfirma, die 1948 die ersten „Long Playing Records“ herstellte. Mit 25 Minuten Spieldauer pro Seite, wurden vorerst klassische Musik, Opern, aber auch Pop-Titel (La Traviata, La Bohème, Frank Sinatra etc.) in Plattenform verkauft – hauptsächlich für älteres Publikum. Bis zum Ende des Jahres verkaufte Columbia über eine Million LPs. (Haffner 2011: 124-125)

Das das Artwork zumeist von den USA und England bestimmt wurde, lag daran, dass Pop- Rockmusik eine angloamerikanische Erfindung war. Aus der lebensfrohen Energie, der Ungezwungenheit und der Freizügigkeit des

Rock 'n' Roll und des Rhythm 'n' Blues der 50er-Jahre, entstand der Nährboden für britische und später auch amerikanische Bands, die das Phänomen Rock und seinen melodischen Nachfolger, den Pop, hervorbringen sollten. Rock 'n' Roll wurde in den 60er-Jahren zum Rock und nach Entdeckung der Kraft der Melodie zum Pop, und die 33-Vinylplatten verdrängten allmählich die 25-Zentimeter- und die 45er-Scheiben. Seitdem sprach man von einem Album und das Coverdesign wurde zum elementaren Teil der Rockmusik. (Dupuis 2012: 11) Die ersten international bekannten Plattenhüllen der Rockgeschichte stammen von den ersten Superstars, die sich an den ästhetischen Trends der popkulturellen Entwicklung und ihrer stilistischen Intentionen orientierten. (Schramm 2009: 399-400)

3.1.1. Die Frühphase der Albumcover (50er/ 60er)

Albumcovers von damals thematisierten ein unschuldiges Amerika und da der Rock 'n' Roll – für den sich besonders die jugendliche Hörergruppe interessierte – in den 50ern als verrucht und unanständig galt, versuchte man die Covers so harmlos und züchtig wie möglich zu gestalten. (Ochs 2001: 13) Als in den 60er Jahren das Einkommen der Jugend anstieg, konnten auch sie sich Langspielplatten leisten. Auslöser für die neuen entscheidenden Impulse, die Jugendkulturen erhalten haben, kommen zweifelsohne aus den USA. Im Nationalsozialismus war alles, was aus den USA kam, Zeichen von Dekadenz. Jazz wurde als "Negermusik" bezeichnet und deshalb verboten. In den 50er Jahren gab es genügend Pädagogen, die jede Art von Unterhaltung, die aus den USA kam, diskriminierten. Es war die Jugend, die Amerika und seine Popmusik als ihr Ausdrucksmedium entdeckte und sie damit zu einem Organisations- und Bedeutungszentrum jugendlicher Praxis machte. Die enorme Bevölkerungsexplosion nach dem 2. Weltkrieg, die bis 1958 andauerte, brachte in den frühen 60ern eine neue Generation zur Reife. Zahlenmäßig doppelt so stark wie die Generation ihrer Eltern, formten die amerikanischen Teenager eine eigenständige, selbstbewusste Kultur, die großen wirtschaftlichen und politischen Einfluss ausübte. Aufgewachsen in den wirtschaftlich flo-

rierenden 50er Jahren, akzeptierte diese Generation den Wohlstand als ihr Geburtsrecht. Schon früh versuchte der Handel daraus Profit zu schlagen und kreierte den ersten Jugendmarkt der Welt. (Die Kaufkraft der Jugendlichen dieser Generation war eine der Grundvoraussetzungen für die Jugendrebellionen der späten 60er.)⁸

Auf den Schallplattencover befanden sich unter anderem Abbildungen von Teenagern, jungen Burschen und Mädels, die Spaß haben (z.B. Teenage Party von Various Artists aus dem Jahr 1958). (Ochs 2001: 13) Der englische Rockkritiker N. Cohn beschreibt den Lebensstil der damaligen Teenager folgendermaßen:

„Wir stehen auf Rock 'n' Roll. Wir haben Dates und gehen zu Parties, und ja, manchmal treiben wir ein bisschen Necking, aber nein, Petting gibt es bei uns nicht. Auch verlieben wir uns und verzehren uns vor Leidenschaft. Wir schicken uns dann kleine Zettel während der Stunde und können nicht essen. Ja, nachts weinen wir sogar. Coke und Hamburgers finden wir Klasse. Wir tragen Turnschuhe, kurze Shorts und Highschool-Pullies. Die Mädchen haben Pferdeschwänze und die Jungs einen Raspelschnitt... Unsere Eltern sind manchmal reichlich öde, aber wenschon, sie waren auch mal jung, und sie wollen nur unser Bestes.“ (Spengler 1985: 61-62)

Gerade bei den Plattenhüllen der 50er Jahre standen nicht die Künstler im Vordergrund, sondern vielmehr Wünsche, Stimmungen und Sehnsüchte (Topoi: Teenager Party, das Twist-Tanzen oder die Highschool-Zeit). (Schramm 2009: 400)

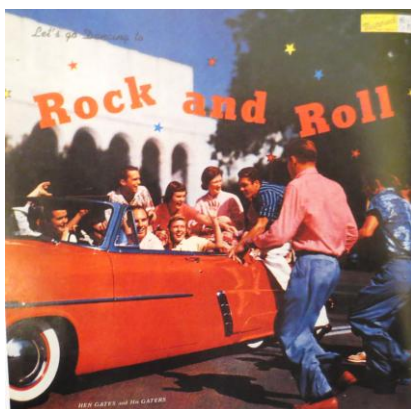


Abbildung 10: Hen Gates And His Gaters, “Let's Go Dancing To Rock And Roll” (1957). (Ochs 2001: 26)

⁸ Vgl. Hutzinger, Birgit: „Die Counterculture. Jugendkultur in den 60'ern“, 1996/97, <http://www.aurora-magazin.at/wissenschaft/hutzinger.htm>, Zugriff: 30.09.2014, 11:07.

Bei diesem Cover bemerkt man vor allem die fröhlichen Farben, bunte Sterne, blauer Himmel und das rote Cabrio, das in der Sonne glänzt. Es wirkt belebt und fröhlich, durch die jungen Menschen, die freundlich lächeln und womöglich gerade dabei sind sich ins Party-Leben zu stürzen. Die damalige Jugend war süchtig nach Vergnügen und Sorgenfreiheit, ohne Vorschriften der Eltern. Nachdem sie den langersehnten Führerschein machten, suchten sie das Weite und waren schlussendlich unabhängig.

Das nächste Cover besticht durch seine kindliche Schriftart (bunte Buchstaben, beliebig angeordnet), wobei die tanzenden Jugendlichen Lebenslust versprühen. Der Titel „Teenage Party“ sagt im Grunde alles aus. Es handelt sich hierbei, um eine typisch amerikanische Rock 'n' Roll Party mit „Sandwiches“ und „Cakes“ am Tisch. Burschen und Mädchen, die Cola aus der Flasche mit dem Strohhalm trinken und unbeschwert erste Annäherungsversuche beim Tanzen mit dem anderen Geschlecht machen.

Die Mädchen im Röckchen mit Pferdeschwanz und die Buben gestriegelt in Karo- und konservativen Kragenhemden. Besonders auffällig sind zwei Teenager mit signalroten Oberteilen, die womöglich gerade überlegen, welche Platte sie als nächstes auflegen sollen.



Abbildung 11: Various Artists, „Teenage Party“ (1958). (Ochs 2001: 34)

3.1.2. Rassismus und Kriminalität

Nachdem 1954 die Rassentrennung verboten wurde, griffen die weißen Künstler nach den Hits der Schwarzen. Etliche Cover-Versionen waren die Folge, deshalb war es vor allem in den 50er Jahren so, dass auf Schall-

platten von schwarzen Künstlern meistens Weiße abgebildet waren. Fotos von dunkelhäutigen Künstlern wurden meist auf die Rückseite verbannt oder ganz vermieden. (Seifert 2007: 21) Hierzu ein paar Beispiele:



Abbildung 12: The Chantels (1958), Originalcover. (Ochs 2001: 44)



Abbildung 13: The Chantels (End of 1950s). (Ochs 2001: 45)

Man tauschte das Foto der Mädchen am Originalcover gegen das eines weißen Pärchens, um den Absatz im Süden der USA zu fördern. Das Originalalbum zählt zu den größten Raritäten der Rockmusik. (Ochs 2001: 45)

Auch Jugendkriminalität war eine Thematik auf Plattencovers. Diese Abbildungen tragen vor allem zu dem schlechten Image von Rockmusik bei. Rock schafft Solidarität, gemeinsame Gefühle und Gedanken, stärkt das Selbstbewusstsein der Identitätssuchenden Jugendkultur und bestärkt in Bezug auf Ablehnung der Erwachsenenwelt. (Spengler 1985: 192)



Abbildung 14: Various Artists, "Boopin'!" (1961). (Ochs 2001: 37)

Die ältere Generation war der Meinung, dass Rockmusik Teenager zur Gesetzlosigkeit und Kriminalität animiere. Jugendliche werden durch die aggressive „Dschungelmusik“ motiviert Unfug zu treiben. Die Musik, die sie hörten, wurde damit zum sozialen Problem. Die jungen Leute von damals wurden zur ersten Mediengeneration, für die der Konsum von Film und Fernsehen bewusstseinsverändernde Folgen hatte. (Seifert 2007: 33)

Mitte der 60er wurde Kultur körperlich und körperhaft. Der Körper wurde sichtbar und greifbar, zum Beispiel durch Kleidung (Mary Quant, eine englische Designerin, erfand in den 60ern den Minirock, um die weibliche Attraktivität in den Vordergrund zu rücken). (Metzger 2011: 198-202)

Aufgrund der Aufklärungswelle lockerte sich allmählich die gesellschaftliche Haltung in Bezug auf Sexualität. Diese Entwicklung färbte auch auf Plattencover ab, die vermehrt mit halbnackten Körpern für Jugendlichkeit und Sex-Appeal warben. Überall, wo es machbar war, wurde auch frauenbezogen reformiert (Emanzipation). (Seifert 2007: 176)

Ein Album, das in den 60ern besonders Aufsehen erregte, gilt als zweitpopulärstes Albumcover der Geschichte: "Whipped Cream & Other Delights" aus dem Jahr 1965. (Platz Nummer eins geht an das berühmte Beatles Album „Sgt. Pepper...“). Eine für diese Zeit sehr freizügige Abbildung eines Models, halb nackt nur mit Schlagobers „bekleidet“, leckt sich sinnlich ihren Zeigefinger ab. Aufgrund dieser erotischen Darstellung einer dunkelhäutigen jungen Frau ist anzunehmen, dass dieses Cover vor allem an die Männerwelt adressiert war („...Other Delights“ >sexuelle Anspielung).

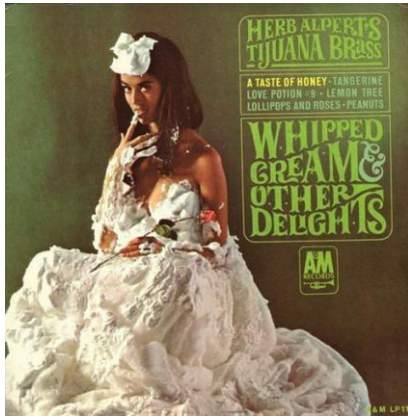


Abbildung 15: “Outtake Photos From The Sexiest Album Cover Of The 1960's. Dolores Ericson on Whipped Cream And Other Delights”, <http://stuffnobodycaresabout.com/2012/01/27/outtake-photos-from-the-sexiest-album-cover-of-the-1960s/>, Zugriff: 10.01.2015, 22:52.

In diesem Fall stimmt der Titel des Albums mit der Photographie überein. Definitiv ein Cover mit hohem Wiedererkennungswert, das in einer noch etwas prüden Zeit durch bildhafte Erotik hervorstach.⁹

3.2. HIPPIE ÄRA 1965 – 1971

Die 60er gelten als das knallbunte Jahrzehnt, das die Menschheit weg vom strengen bürgerlichen Standard hin zu Farben, Freude und Flower-Power-Sound führte. In dieser Zeit entstand die sogenannte Counter Culture: Die Vertreter dieser Kultur waren gegen Anpassungsdruck und legten besonderen Wert auf Visualisierung von Musik (ekstatisches Lebensgefühl). (Schramm 2009: 406) Während sich Marihuana als Droge der Entspannung, Innenschau, des politischen Statements und des Gemeinschaftsgeistes verbreitete, sollte die Droge LSD dabei helfen, die Wahrnehmung auf Dinge zu verändern und sich durch Musik zu entfalten. LSD bewirkt, dass man Töne sehen oder Farben hören kann. Raum- und Zeitgefühl verändern sich. (Mayr 2000: 59) Dieser Einfluss spiegelte sich auf den Plattenhüllen, aber auch auf Konzertplakaten wieder. (Schramm 2009: 406) Der Name „Hippie“ verwies auf die Geistesverwandtschaft zur Lebensphilosophie der „Hipsters“. Der Kleidungsstil und die Lebensführung, deuteten die Losgelöstheit von Verhaltensweisen und die Befreiung

⁹ Vgl. O.N.: “Album Cover Art History – Photography Era – Part 2 of 3”, <https://www.youtube.com/watch?v=SroBhbrgBTM>, Zugriff: 31.12.2014, 14:01. (Aus dem Englischen übersetzt von der Verfasserin.)

von Normen der Leistungsgesellschaft an. Beides wurde als passive Protesthaltung gegen Militär- und Kriegsmaschinerie verstanden, wobei sich in der Musik der Wunsch nach Freiheit und die Lust am Ausprobieren und Experimentieren manifestierte. (Seifert 2007: 111)

3.2.1. FOLK ROCK

Die Musikrichtung, die viele Künstler inspirierte, war amerikanische „Folk Music“. Politische und rassistische Themen waren es, die diese Ära prägten. Allen voran der Sänger Bob Dylan. Er war einer der ersten, der Plattenhüllen mit einer „Message“ kreierte. Vor allem Liebe, Krieg, Frieden und Rassismus wurden in seinen Texten behandelt („Blowin’ in the Wind“, „Masters of War“). (Dupuis 2012: 18-19)



Abbildung 16: Bob Dylan, „The Freewheelin“ (1963). (Van Zandt 2008: 100)

Sein Cover zu „Freewheelin“ war der Vorreiter einer neuen Ära amerikanischer Musik. In urbanem Design gehalten, zeigt es ein Liebespaar – er und seine Freundin liebevoll und glücklich spazierend – in den Straßen von Amerika. Eine selbstbewusste und bodenständige Platte, mit einer kraftvollen Wirkung.

„Mit seinen Texten voll Poesie und artikuliertem Zorn sowie den einfachen, eingängigen Melodien von *Freewheelin*‘ veränderte Dylan das in Amerika sehr populäre Songwriting. Später machte er sich über die Protesthymne „Blowing in the Wind“ lustig („Ich habe das in

zehn Minuten geschrieben“, sagte er 1966). Aber Dylans ureigener Stil, die Wahrheit und Schönheit in (..) „Masters of War“ berührten auch noch vierzig Jahre später jeden, der dieses Album anhört.“ (Van Zandt 2008: 100)

Bob Dylan wusste, wie man sich über ein Plattencover in Szene setzt. Seine Fotos kündigen unter anderem den Inhalt einer Platte an, bringen seinen momentanen Seelenzustand zum Vorschein und spiegeln primär seine Persönlichkeit wider. Wenn man ein Plattencover von Bob Dylan betrachtet, findet man immer eine neue, intime Ansicht seines Gesichtes vor: von vorne, im Profil, im Halbprofil, verschwommen (wie auf dem Cover von *Blonde on Blonde*), die Augen mit Mascara geschminkt, angezogen (oder kostümiert) wie ein Cowboy. (Dupuis 2012: 21)



Abbildung 17: Bob Dylan - Die Kunst sich über ein Plattencover in Szene zu setzen. (Dupuis 2012: 21)

3.2.2. Acid Rock – Psychedelic Revolution

Es dauerte nicht lange, bis die künstlerische Vision eigene Musik mit Aussagekraft zu komponieren, von Drogen beschattet wurde. LSD war der Katalysator einer psychedelischen Subkultur und sollte den Musikschaaffenden helfen ihren Verstand zu öffnen. Drogen sind potent, da sie Persönlichkeit und Umweltbeziehung verändern können. Sie verändern vor allem die Einstellung zu gewissen Dingen – weshalb auch heute noch psychedelische Kategorien in unterschiedlichen Bereichen wie Kunst und Psychologie, Literatur und Religion, Musik und Mode auftreten. Auch auf die politische Einstellung hatten Drogen einen Einfluss: Idee war die Veränderung einer Sache durch ihr Gegenteil. Man sah die Welt als überalter-

tes Gebilde, das aber dennoch in der Lage war, geheilt zu werden. Beides war eine utopische Vision, bei der jeder seine eigene Version des erfüllten Daseins finden musste, um ein glückliches Leben zu führen. Die psychedelische Erfahrung ist im Grunde eine religiöse, mit der Haltung, dass die Veränderung der äußeren Welt die Veränderung des Individuums voraussetzt. Marshall McLuhan behauptete, was in der vom kausalen Denken bestimmten Welt des geschriebenen Wortes nicht möglich war, kann es heute werden. Besonders durch die Ausbreitung von zeitgenössischer Rockmusik, der Untergrundpresse und der psychedelischen Drogen, entsteht eine Wandlung zu einer anderen Form von Politik. Wertvorstellungen können besser an die Masse vermittelt werden. Eine starke psychedelische Droge wie LSD legt eine Art Energiereservoir frei, dessen Erlebnis entweder anregend, Angst einflößend oder bizarr ist. Viele Künstler wählten diese Drogen, um ihre Kreativität zu erhöhen und ihren wirklichen Interessen näher zu sein. (Brinkmann/ Rygulla 2003: 134-139)

Amerikanische Folk- und Indie Musiker, wie Jefferson Airplane, The Grateful Dead (Abb.18) oder auch The Byrds („Eight Miles High“), waren die Anführer der LSD-Bands der 60er. Durch sie entstand ein neuer musikalischer „Melting Pot“. Sie verkörperten die Hippie-Kultur und regten die Fantasie ihrer Zuhörer mit Sex-Allegorien, Science-Fiction-Phantasie und Drogen-Poesie an. Der Band und dem Hörerpublikum ging es um die gemeinsame – visuelle und akustische – LSD-Erfahrung. Ausgedehnte Instrumentalimprovisationen basierten auf keinem harmonischen Schema, sondern wurden über einem gleichmäßigen Beat oder einer kurzen, immer wieder wiederholten Bassfigur bei statischer Harmonik entwickelt. Melodien und Strukturen waren nicht mehr essentiell, wobei die strengen Formen der musikalischen Lehre zugunsten des erweiterten Bewusstseins wegfielen. (Seifert 2007: 112-113) Der Grund dafür, dass sich die Single-Schallplatte technisch weiterentwickelte war ihr Speicherplatz, der für derartige „psychedelic“ Experimente nicht ausreichte. Die Langspielplatte wurde daher zum adäquaten Ausdrucksträger dieser neuen Zeitdimension. (Seifert 2007: 112)



Abbildung 18: Grateful Dead, "Anthem Of The Sun" (1968). Das Wort "Hippie" bedeutet so viel wie "die, die verstanden haben" und kommt aus der schwarzen Umgangssprache. (Dupuis 2012: 42)

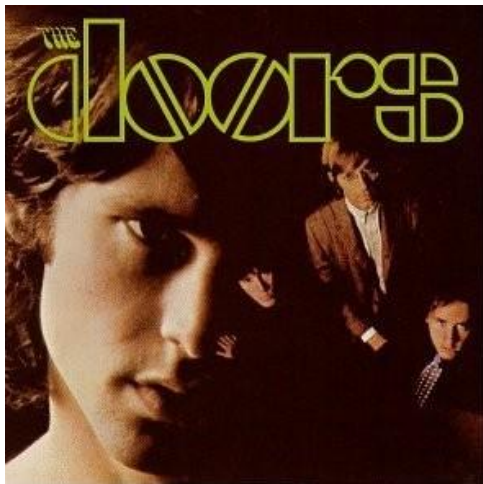


Abbildung 19: The Doors Debüt Album (1967). (Hillinger, Patricia: Private Plattensammlung).

Aus Los Angeles, New York und Großbritannien stammen bekannte Bands wie The Doors, Love, Velvet Underground, Vanilla Fudge, The Who und The Yardbirds. (Ochs 2001: 74) The Doors veröffentlichte 1967 den Song "Break On Through To The Other Side", welchen man als Hörer missverstehen kann. Der Titel des Songs kann entweder Tod, oder das Verlassen des dreidimensionalen Körpers mit Hilfe von Drogen bedeuten. In diesem Fall handelt es sich um einen LSD-Song. Die Musik sollte das erweiterte Bewusstsein widerspiegeln, deshalb war sie frei von jeder Struktur und Melodie. „The End“, mit 11 ½ Minuten Länge, konnten nur auf

einer Langspielplatte verwirklicht werden. 3 Minuten waren nicht mehr genug, um musikalisches Potenzial zu beweisen.¹⁰

Das Cover zu ihrem ersten Album (Abb.19) bringt die Melancholie und Traurigkeit des Sängers Jim Morrison zum Ausdruck. Die Band galt als düsterer Gegenentwurf zum fröhlichen „Summer of Love“. Zudem galt Morrison als Erotikidol und verträumter Rockpoet, der sich gerne als Einzelkämpfer darstellte. (Seifert 2007: 120)

3.2.3. Album Culture - Psychedelic Culture – British Invasion

Es war ein fließender Übergang von den Zeiten der Proteste hin zur Friedensbewegung der 70er, die geprägt waren vom aufkommenden Psychedelic-Sound, der schlussendlich den Rock ablöste. Psychedelic war kein eigener Musikstil, er wurde vielmehr als Sammelbegriff verwendet, für Musik, die den Eindruck erweckte, unter Drogen entstanden zu sein. Die Grenzen der Songs lösten sich auf. Sie fingen irgendwo an und hörten irgendwann auf, wobei nicht enden wollende Gitarrensolos frühestens nach 15 Minuten ihr Ende fanden. (Seifert 2007: 112) Ziel war es, aus dem banalen Alltagsgeschehen etwas Übersinnliches zu formen. Hippies waren fasziniert von der Möglichkeit der Transzendenz und den unerfüllten Stadien des Bewusstseins. (Seifert 2007: 113) Man wollte zusammensitzen, Musik hören, Essen, Rauchen, Trinken. Um diesen Genuss nicht durch ständiges Wenden und Wechseln zu unterbrechen, brauchte man eine Langspielplatte.

¹⁰ Vgl. O.N.: „When albums ruled the world“, <https://www.youtube.com/watch?v=Em4kpy1YuNQ>, Zugriff: 05.01.2015, 21:34. (Aus dem Englischen übersetzt von der Verfasserin.)



Abbildung 20: The Beatles, "Help!" (1965). (Dupuis: 2012: 33)

Das Konzept, dass Alben als revolutionäre „musical force“ die Welt beherrschen, verbreitete sich rasend schnell. Allen voran, vier junge Musiker aus Liverpool – The Beatles. Sie verkörperten abenteuer- und entdeckungslustige Knaben, die mit ihrer hoffungsfrohen Musik die Rock-Revolution der End-Sechziger einläuteten. Popmusik überwand Klassen- und Rassenschranken und teilte letztendlich die Gesellschaft selbst nach ihrem Alter. Die Oberfläche des täglichen Lebens wurde mit einer derartigen Kraft ergriffen, die einen tiefen und substantiellen Wandel in der Art des Denkens und Handelns zahlreicher Menschen bewirkte. Der größte Musikmarkt herrschte – auch heute noch – sowohl in England, als auch in den USA. Beides wurde von den Beatles im Sturm erobert. Die Gewinne der Plattenfirmen rasten rasant in die Höhe, junge Männer ließen sich ihre Haare zu einer „Pilzfrisur“ schneiden und auch modisch gab es Neuerungen. Es kam zu einer Jugendkultur, abgeschottet von den Erwachsenen, und zugleich zu einer musikalischen, modischen und politischen Rebellion. (Seifert 2007: 56-57) Die Jugendlichen wurden kaufwütiger, selbstbewusster und eigenständiger, wobei der technische Fortschritt diese Entwicklung begünstigte. Mehrspurtechnik und Soundeffekte (Stereoaufnahme, Wah Wah, Phaser etc.) gaben den Künstlern die Möglichkeit sich musikalisch auszutoben. Der Sound, sowie die Konzertplakatgestaltung wurden abstrakter, experimenteller und spiegelten den Stil der psychedelischen Musiker wider. (Meilensteine dieser Dekade waren das Sgt. Pepper Album der Beatles, sowie Alben von Jimi Hendrix.) Man wollte Kunst schaffen und legte Wert auf Innovation und Virtuosität. Ab den 60ern entwickelte sich die Musik von einem uniformen Industrieprodukt zu einem

Füllhorn des freien Ausdrucks. (Paytress 2013: 42-43) Die Beatles starteten die „British Invasion“. Amerikanische Folkmusiker tauschten ihre Akustik-Gitarre fortan gegen die Elektrische und kauften sich Verstärker, um dem englischen Sound gerecht zu werden. Die Beatles standen für die Rock-Revolution, und die Fans der akustischen, gewöhnten sich schnell an die elektrische Gitarre. (Dupuis 2012: 18)

Nach Bill Haley, Eddie Cochran und Gene Vincent, die den Rock 'n' Roll der 60er in den USA bekannt machten, folgten britische Bands wie The Rolling Stones, The Animals, The Yardbirds und The Who. Im Laufe der Zeit verzweigten sich die Wurzeln des Rock 'n' Roll in alle Richtungen: Folk Rock, Surf, Soul, Psychedelic, Garage, Motown und die britische Invasion, all diese Elemente führten zu einer Rock-Revolution. Die Musik der amerikanischen Teenager war fortan Sound einer ganzen Generation und diese Generation war erwachsener und globaler. Zudem spiegelten Plattencovers den Zeitgeist wider. Das Cover von Steve Millers erstem Album ließ sich nur entschlüsseln, wenn man Cannabis rauchte. David Bowie ließ sich für sein erstes Album in einem Kleid fotografieren und Jimi Hendrix war auf dem Cover (zumindest in England) von nackten Frauen umgeben. (Ochs 2001: 14)



Abbildung 21: The Thirteenth Floor Elevators, "The Psychedelic Sounds Of 13th Floor Elevators" (1967). (Ochs 2001: 97)

Fließende Formen, grelle Farben und pulsierende Ornamentik sollen bei dem Betrachter eine Bewusstseinserweiterung erzeugen. Indem man Artwork mit sensorischer Überreizung, visueller Verzerrung oder anderen Bildeffekten gestaltete, visualisierte man das Gefühl „high“ zu sein. Man wollte die harte Realität aufweichen und alle Formen organisch, blumig

und spielerisch darstellen, um so auf die Botschaften der Bands, die Stimmung und das Einzigartige der Musik hinzuweisen und den Hörer optisch auf das psychedelische Musikwerk einzustimmen. (Schramm 2009: 407)

3.2.4. Swinging London

Mitte der 60er war „Swinging London“ die populärste Musikstadt der Welt. Die Stars der Stadt waren die „Pilzköpfe“. Sie kombinierten den Stil Bob Dylans mit Psychedelic Rock. Ihr Album „Rubber Soul“ (1965) stach vor allem durch einen Hauch von Acid-Rock heraus. (Van Zandt 2008: 18)



Abbildung 22: The Beatles, „Rubber Soul“ (1966). (Dupuis 2012: 32)

Der Einfluss dieses Musikstils wird deutlich, wenn man das Frontcover des Albums betrachtet. Die eher ungewöhnliche Positionierung der Musiker und Verzerrung im Bild – eine Art Fischperspektive – sowie die typischen psychedelischen Schriftzeichen (dicke und rundliche Buchstaben) deuten auf die Wirkung von Drogen hin. George Harrison nannte „Rubber Soul“:

„die beste LP, die wir je gemacht haben“, weil „wir plötzlich Sounds hörten, die wir nie zuvor wahrgenommen hatten.“ Die Tatsache, dass das Gehör der Band plötzlich so scharf geworden war, ist ein weiterer Aspekt jener Zeit. „Wir haben auf Rubber Soul viel herumexperimentiert“ sagte, Ringo Starr. „Ich denke, wir wurden dabei von Drogen beeinflusst.“ (Van Zandt 2008: 18)

Der Harvard-Psychologe Dr. Timothy Leary beschrieb sein LSD-Projekt, seine „Reise ins eigene Gehirn“ beim Hören von Musik, folgendermaßen:

„Normalerweise hört man isolierte Geräusche – das Klingeln eines Telefons, das Sprechen eines Menschen. Aber wenn man unter LSD steht, sprudeln Tonquellen durch das Ohr. Sie scheinen tief in einen einzudringen und dort zu explodieren. Sie verschmelzen alle miteinander. Man hört eine Note, eine Bach-Sonate, und sie hängt da, funkelnd, pulsend, endlos lange, während man langsam um die Note kreist. (...) Man hört die Klänge nicht nur, man sieht sie – wie tanzende Partikel. Wirklich, man sieht die Musik in vielen Farben. Zugleich ist man selbst der Ton, die Note, die Saite der Violine.“ (Seifert 2007: 98)

Musik wird demnach nicht mehr als eine Abfolge von Ereignissen wahrgenommen, sondern als ein kontinuierlicher Fluss. Aufgrund dieses neuen Erlebnisses, dem aktiven Eintauchen in die Klangwelt, brauchte man eine Neudefinition von Musik. Sie wurde zu organisiertem Klang bzw. zum Klang, der durch Bewusstsein strukturiert wird. Bob Dylan war der Vorreiter, das Vorbild der Beatles und wollte, dass sich Hörer mit dem Wesen des Bewusstseins auseinandersetzen (everybody must get stoned). Die Droge hatte Einfluss auf den Aufbau von Songs. Passagen wurden faktisch auf einen LSD-Rausch zugeschnitten, wobei jede einzelne Note als ein Ereignis wahrgenommen werden konnte. (Seifert 2007: 98)

Ein weiteres Album, das bekannteste der Beatles, war „Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band“ (1967), beeinflusst vom amerikanischen psychedelischen Musikstil und aufgenommen in den berühmten Abbey Road Studios in London. Es gilt als erstes Konzeptalbum der Welt, mit dem ein neuer Sound kreiert wurde, der die Musikwelt revolutionierte. Dieser Sound zeichnete sich vor allem durch die Verfremdung von Musikinstrumenten aus (Gitarre klang wie Klavier, usw.). Unterstützung bekamen sie von dem britischen Tontechniker Geoff Emerick, der sie während dieser kreativen musikalischen Phase im Studio begleitete:

“(...) Geoff Emerick, whose gift for creating sounds had helped them see new possibilities—and opportunities—in the recording process. Importantly, too, it was the last album for which they would tour, putting an end to the relentless performance schedule that had occupied much of their time between albums. (...) Emerick says. “On *Pepper*, it was like starting over from scratch, getting down to the individual tonalities of the instruments and changing them. They didn’t want a guitar to sound

like a guitar anymore. They didn't want anything to sound like what it was." ¹¹

Musikfans, die das Cover des Albums betrachten, müssen ziemlich genau hinsehen, da es viele Prominente zu entdecken gibt. Bezüglich der „Message“ des Covers meinte McCartney Jahre später in „Many Years From Now“, der McCartney-Biografie von Barry Miles (Van Zandt 2008: 9):

„Wir waren es leid, Beatles zu sein (...) Wir waren keine Jungs, wir waren Männer... eher Künstler als Performer.“ (Van Zandt 2008: 9)



Abbildung 23: The Beatles, „Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band“ (1967). (Hillinger, Patricia: Private Plattensammlung).

Mit der unvergleichbaren und eigenartigen Instrumentierung, den fantasievollen Song-Ideen und der bahnbrechenden Verpackung brachte "Sgt. Pepper" den revolutionären Optimismus der psychedelischen Ära auf den Punkt und trug die Botschaft von Liebe, Acid, fernöstlicher Philosophie und elektrischen Gitarren in die Welt hinaus. Kein anderes Pop-Album - weder damals noch später - hatte eine derart unmittelbare, kolossale Wirkung. (Van Zandt 2008: 9)

Zwei Neuheiten befinden sich im Inneren des Covers: Zum ersten Mal gab es zwei Bonus Features. Ein so genanntes „Cut-Out“, eine Art kleiner Bild-

¹¹ Vgl. Scapelliti, Christopher: "Guide to the Recording and Instruments Featured on The Beatles' 'Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band'", <http://www.guitarworld.com/guide-recording-equipment-and-instruments-featured-beatles-sgt-peppers-lonely-hearts-club-band>, Zugriff: 08.10.2014, 11:07.

ausschnitt, den man herausnehmen konnte, inklusive der kompletten Songtexte zu den 13 Tracks des Rock-Albums.¹²

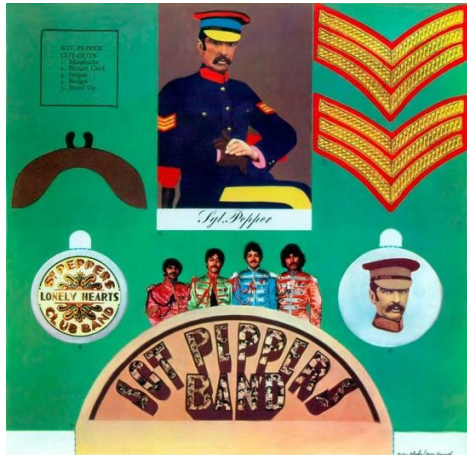


Abbildung 24: The Beatles, “Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band” (1967). (Hillinger, Patricia: Private Plattensammlung).



Abbildung 25: Behind the scenes at the Sgt. Pepper’s Cover Photo Shoot. “The Internet Beatles Album. The Sgt. Pepper’s Album”, <http://www.beatlesagain.com/btsqtppr.html>, Zugriff: 09.01.2015, 21:26.

“The cover of *Sgt. Pepper’s* was designed by Peter Blake and put together by Peter Blake and Jann Haworth, who painstakingly combed through hundreds of photos for months before the photo shoot. The photo was taken by Michael Cooper at Chelsea Manor Photographic Studios on March 30, 1967. (...) Many of the people pictured in the cover were personal heroes of the Beatles or people they admired.”¹³

¹² Vgl. O.N.: „Die 500 besten Alben aller Zeiten“, <http://www.discogs.com/lists/Die-500-besten-Alben-aller-Zeiten/164571?page=1>, Zugriff: 29.12.2014, 19:11.

¹³ Vgl. O.N.: “The Internet Beatles Album, The Sgt. Pepper’s Album”, <http://www.beatlesagain.com/btsqtppr.html>, Zugriff: 29.12.2014, 19:14.

Mit Sgt. Pepper entwickelte sich die LP von einer Single-Kollektion zum Forum für mannigfaltige Klangexperimente. Hörgewohnheiten veränderten sich, überlange Gitarrensolos und komplizierte, fernöstlich inspirierte Songs verhalfen dem Rock' n' Roll dazu erwachsen zu werden. (Seifert 2007: 103-104)

1967 war das Jahr in dem es musikalisch viele Freiheiten gab – zwischen Rhythm & Blues war alles erlaubt. Der amerikanische Sänger und Gitarrist Jimi Hendrix nutzte diese Freiheiten aus und veröffentlichte 1968 „Electric Ladyland“ (Seifert 2007: 127), sein erstes selbst produziertes Album. Er wollte absolute Kontrolle über seine Musik. Das Album beinhaltete Songs mit hoher Komplexität und Überlänge. (Van Zandt 2008: 73) „Voodoo Chile“:

„(...) eine fünfzehnminütige Blues-Exkursion, live im Studio aufgenommen – mit Steve Winwood an der Orgel und Jack Cassidy (Jefferson Airplane) am Bass – erinnert daran.“ (Van Zandt 2008: 73)

Es war das erste Hendrix-Album, das es in die Charts schaffte.



Abbildung 26: Jimi Hendrix, „Electric Ladyland“ (1968). (Dupuis 2012: 54)

Das Cover der britischen Version zeigte nackte Damen vor schwarzem Hintergrund (Abb.26). Einige von ihnen halten diverse Portraits von Hendrix in der Hand. Eine Anspielung darauf, dass Hendrix die Welt, insbesondere die Damen, zu Füßen liegen. Aufgrund der aufreizenden Darstellung der Frauen, wurde das Cover kurz nach der Veröffentlichung in den USA zensuriert und durch eine rot-gelbe Nahaufnahme des Sängers ersetzt. (Ochs 2001: 111)

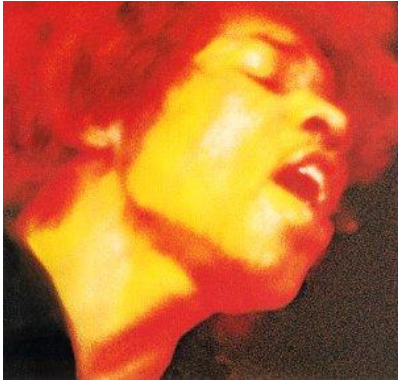


Abbildung 27: Jimi Hendrix, „Electric Ladyland“, Cover-Alternative (1968). (Van Zandt 2008: 73)

Jimi Hendrix behauptete:

“Folks in Britain are kicking against the cover. Man, I don’t blame them. I wouldn’t have put this picture on the sleeve myself, but it wasn’t my decision. It’s mostly all bulls—.”¹⁴

Nachdem das Album herausgebracht war, verfiel Hendrix vollständig dem Ruhm. Er war maßlos, wenn es um Rauschmittel, Gage (bis zu 100.000 Dollar pro Konzert) und Groupies ging. Ebenso größenwahnsinnig klang auch der Bluesrock der Platte. Neben Drogen fand er auch gefallen an der Studioteknik. Er schöpfte die elektroakustischen Entwicklungen voll aus (Verweis auf den Titel des Albums „Electric Ladyland“) und experimentierte, so wie es Ende der 60er üblich war, mit den unterschiedlichsten Stilen. (Seifert 2007: 127)

3.2.5. Andy Warhol – Pop Art (70er)

Mit neuen Kunstformen, Drogen und sexuellen Praktiken experimentierte auch der Pop-Art Künstler Andy Warhol. In seinem Großatelier „Factory“ traf sich eine Gruppe von Gleichgesinnten, die mit Identitäten spielten und sich selbst als Kunstwerk stilisierten. Warhol galt als postmoderner Künstler, der nicht mehr nach Utopien Ausschau hielt – wie bei den Hippies – sondern aus dem eigenen Leben ein Spiel

¹⁴ Vgl. Wilkening, Mathew: “46 Years Ago: Jimi Hendrix’s Album Cover Banned”, 2014, <http://ultimateclassicrock.com/jimi-hendrix-banned-cover/>, Zugriff: 29.12.2014, 20:35.

machte, in dem man nicht mehr zwischen Kunst und Wirklichkeit unterscheiden sollte. (Seifert 2007: 118-119)

1967 erschien Andy Warhols berühmtes Bananencover für The Velvet Underground (Abb.28/ 29). Warhol gelang mit diesem Cover der Durchbruch bezüglich der Kommerzialisierung von Musik.

„Though this Album Cover for the Velvet Underground is just a common banana, and though it has a rather obvious reference to male genitalia, and though it is just a straightforward silk-screen made from a simple black-and- white acetate film, it is a very successful record cover, and in the years after its release became a very collectable art print.“ (Thorgerson/Powell 1999: 149)

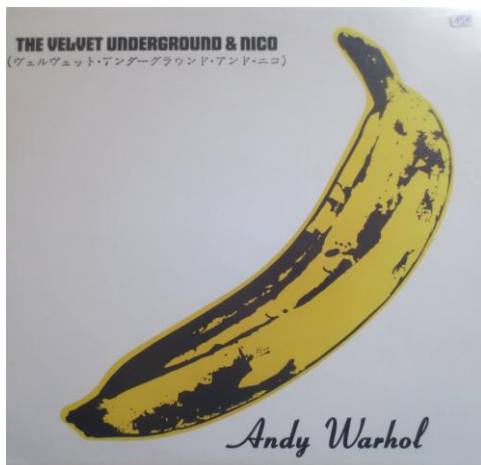


Abbildung 28: Andy Warhol, „The Velvet Underground“ (1967). (Hillinger, Patricia: Private Plattensammlung).



Abbildung 29: Andy Warhol, „The Velvet Underground“ (1967), Rückseite des Albums. (Hillinger, Patricia: Private Plattensammlung).

Warhol galt als der Pop-Art Künstler der 70er, dessen Cover innovativ und originell war. Folgende 3 Neuerungen zeichneten diese Plattenhülle aus:

1. Durch Warhol erlangte ein simpler Snack für zwischendurch Kult Status.
2. Das Cover beinhaltet einen Bananenhaut-Sticker. Darauf steht „peel slowly and see“ („langsam schälen“). Eine rosafarbene Bananenfrucht erscheint.
3. Die dritte und letzte Neuerung: Es kommt weder der Name des Albums, noch der Name der Band am Cover vor. Warhol gab damit keinen Hinweis auf den musikalischen Inhalt der Platte, welcher nichts mit einer Banane zu tun hat. Es ist ein eigenständiges Artwork. Im Grunde genommen wurde dadurch Andy Warhol und weniger die Band selbst berühmt. Die Banane wurde durch ihn hoch gepriesen. Eine weitere Innovation war nämlich die Pressung des Albums für ein Massenpublikum. (Warhol 2008)

„ (...) in this work, visual art is mass produced. Generally, artworks are printed a limited number of times. (...) After sublimating an everyday object, he then reintroduced it into daily life through a vehicle accessible to all, the record. Perhaps Warhol wanted to be as well-known as Coca-Cola.“ (Warhol 2008)

Die Musikgeschichte nahm ihren Lauf und das, was die Beatles in Gang brachten, wurde von den Rolling Stones verstärkt weitergeführt – nämlich die Verkündung der Freiheit für die Jugend. (Seifert 2007: 59)



Abbildung 30: The Rolling Stones, „Sticky Fingers“ (1971). (Dupuis 2012: 61)

Das berühmteste Rolling Stone Cover für „Sticky Fingers“ zeigt – auf der Vorder- und Rückseite – die Nahaufnahme einer männlichen Leistenge-

gend inklusive Gesäß, bekleidet mit einer engen Jean. Darauf befindet sich ein bedienbarer Hosenschlitz. Der heruntergelassene Zippverschluss ermöglicht einen Blick auf die weiße Unterhose des Models, die auf einem unbiegsamen Karton gedruckt und unterhalb des Hauptbildes geklebt wurde. (Bei dem Model handelte es sich um Joe Dallesandro. Er war ein Freund und Stammkunde von Warhol.) Durch diese Darstellung sollte das Image der Band verbildlicht werden: Das revolutionäre schwarz weiß Foto, sowie die enge Hose, die die Männlichkeit des Models zum Vorschein bringt, sind ein Hinweis auf den Lebensstil der Rockband – Sex, Drugs and Rock' n' Roll. Diese außergewöhnliche Idee entstand bei einer Party im Jahr 1969. Andy Warhol stellte seine Jeans-Idee Mick Jagger vor, den er sechs Jahre zuvor kennenlernte. Jagger und der Rest der Band sagten ihm sofort zu. (Warhol 2008)

Mick Jagger:

„I thought that the album cover he did for the Rolling Stones' *Sticky Fingers* was the most original, sexy and amusing package that I have ever been involved with.” (Warhol 2008)

„(...) I knew it was going to be a problem. Firstly, the cost, secondly, the process of making the zip, and thirdly, the job of shipping and stacking. It was a big fight all the way to get the cover accepted. Atlantic Records were pretty good about it – probably because it was our first record with them and people were a little bit more open-minded about things then. (...) Andy loved the cover. He liked the idea of making a new twist on what had previously been a rather static image by using a real zip.” (Thorgerson/ Powell 1999: 138)

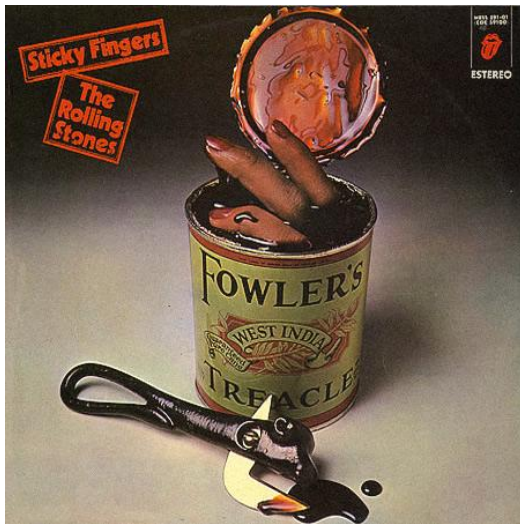


Abbildung 31: The Rolling Stones, „Sticky Fingers“, Cover-Alternative. „At The Rarest. Rolling Stones Records“, <http://at-the-rarest.blogspot.co.at/2013/01/rolling-stones-records-hrss-591-01.html>, Zugriff: 20.01.2015, 21:47.

In Spanien gab es bei der Vermarktung dieser Scheibe Probleme, da viele Plattengeschäfte sich weigerten, das Cover mit dem provokativen männlichen Geschlechtsteil zum Kauf anzubieten. Daher mussten die Gestalter auf ein anderes Design zurückgreifen, mit dem Resultat, das das neue Design des Covers – eine Metalldose mit Sirup gefüllt, aus der drei klebrige Finger ragen – noch unangebrachter und schockierender war als das Original. 1972 wurde Sticky Fingers als bestes Record Cover für den Grammy Award nominiert und gilt seither als eines der berühmtesten Kult Covers des 20. Jahrhunderts. (Warhol 2008)

3.2.6. Hard Rock

Im Jahr 1969 waren Rock LPs am boomen. Dennoch lösten sich in den 70er Jahren viele erfolgreiche Gruppen der 60er auf. Die Beatles verfolgten fortan ihre Solokarrieren, Michael Jackson und Rod Stewart landeten 1971 die ersten Hits ohne ihre Gruppen und reihten sich in die wachsende Zahl der Solostars wie Elton John, Billy Joel und Cat Stevens, James Taylor und Jim Croce ein. Sängerinnen wie Linda Ronstadt, Carly Simon, Carole King und Olivia Newton-John wurden Stars, die ein abwechslungsreiches Musikspektrum boten. Led Zeppelin und Kiss begeisterten mit ihrem Heavy-Metal-Sound, während Marc Bolan, David Bowie und The New

York Dolls den Glitter Rock erfanden. Den progressiven Rock repräsentierten Yes, Roxy Music und Pink Floyd. (Ochs 2001: 113)

Als die Begründer des Hard Rock und aller Heavy- Metal Ableger galt die Band Led Zeppelin. Sie war für den neuen Kult der „Album-Band“ am stärksten verantwortlich. Dabei mieden sie das Fernsehen und den Single-Markt und gingen stattdessen auf lange Tourneen. (Paytress 2013: 124)

Led Zeppelin vertrat die idealistische Vorstellung der Hippies, da sie auf Individualismus Wert legten und auf Kapitalismus und Materialismus verzichteten. Ihr Stil besteht aus schweren Rockrhythmen, schneidenden Gitarrenriffs und gellendem Gesang, bei dem nur noch die Rhythmik an den Blues erinnert. Die Texte ihrer Songs bedienen sich bei den Bilderwelten der Schauerliteratur und der Fantasie. Ihre Haare sind lang, wie bei den Hippies, während sich ihr Körper sowohl aus Vergnügen als auch vor Schmerz beim Musizieren verbiegt. (Dupuis 2012: 136)

Sie wollten damals keine Hits schreiben und vor allem keine Singles produzieren (ihr Song „Whole lotta love“ sollte als Single veröffentlicht werden). Und dennoch schafften sie es – ohne Single – 1970 in die englischen Charts. Der Song ist der erste Titel des Albums „Led Zeppelin II“ und daher nur im Album Format erhältlich.¹⁵



Abbildung 32: Led Zeppelin II, „Atlantic“ (1969). (Dupuis 2012: 42)

¹⁵ Vgl. O.N.: „When albums ruled the world“, <https://www.youtube.com/watch?v=Em4kpy1YuNQ>, Zugriff: 06.01.2015, 20:19. (Aus dem Englischen übersetzt von der Verfasserin.)



Abbildung 33: Originalfoto der German Air Force während des ersten Weltkriegs. Dieses Foto diente als Vorlage für das Album "Led Zeppelin II". „Led Zeppelin II Album Cover Based Off A Photo Of The Famous German Pilot ‘The Red Barron’“, <http://www.feelnumb.com/2011/02/17/led-zeppelin-ii-album-cover-based-of-a-photo-of-german-pilot-the-red-barron/#lightbox/>, Zugriff: 15.01.2015, 17:26.

Das Cover zum Album besteht aus einem Poster von David Juniper, dessen Design auf einem schwarz-weiß Foto basiert, das die „German Air Force“ während des ersten Weltkriegs unter Führung von Manfred von Richthofen „The Red Barron“ zeigt. Juniper ersetzte bzw. retuschierte die Gesichter anhand dieses Band-Fotos aus dem Jahr 1969 (John Bonham, Robert Plant, Jimmy Page und John Paul Jones). Zudem fügte er den Band Manager Peter Grant, sowie den Tour Manager Richard Cole hinzu. Auch die Schauspielerin Glynis John, die Mutter von Mary Poppins, kopierte er spaßeshalber auf das Cover – der Name des Ton Ingenieurs der Band war Glyn Johns.¹⁶



Abbildung 34: John Bonham, Robert Plant, Jimmy Page und John Paul Jones (Mitglieder der Band Led Zeppelin). „Led Zeppelin II Album Cover Based Off A Photo Of The Famous German Pilot ‘The Red Barron’“, <http://www.feelnumb.com/2011/02/17/led-zeppelin-ii-album-cover-based-of-a-photo-of-german-pilot-the-red-barron/#lightbox/2/>, Zugriff: 15.01.2015, 17:30.

¹⁶ Vgl. Raul: „Led Zeppelin II Album Cover Based Off A Photo Of The Famous German Pilot ‘The Red Barron’“, 2011, <http://www.feelnumb.com/2011/02/17/led-zeppelin-ii-album-cover-based-of-a-photo-of-german-pilot-the-red-barron/#lightbox/1/>, Zugriff: 01.01.2015, 14:53.

Ein weiteres interessantes Cover von Led Zeppelin zeigt ein düsteres Gebäude in New York City:

“The cover to Led Zeppelin’s *“Physical Graffiti”* album is a photograph of a New York City tenement block located at 96 and 98 St. Mark’s Place New York City, New York in the East Village. The album’s cover designer, *Peter Corriston* was looking for a building that was symmetrical with interesting details, that was not obstructed by other objects and would fit the square album cover.”¹⁷

Bei diesem Cover (Abb. 35) hat man die Möglichkeit die Fenster zu verschieben (manuelle Funktion, wie bei Rolling Stones „Sticky Fingers“). Es beinhaltet Gesichter und Buchstaben, die den Titel des Albums wiedergeben, sobald man die Fenster verschiebt. Die Rückseite des Albums zeigt dasselbe Gebäude bei Nacht.



Abbildung 35: Led Zeppelin, „Physical Graffiti“ (1975). (Dupuis 2012: 143)

Aus ihrem Cover zum Album „Physical Graffiti“ entnimmt man den schweren und satten Sound der Band. Das abgebildete Gebäude, das durch seine dunklen, düsteren Farben (schwarz und grau) keinen einladenden Eindruck macht, erinnert an ein Geisterhaus. Das Cover repräsentiert eine Hard-Rock Band, deren Hauptbestand harter Sound und aggressiver Gesang ist. Led Zeppelin lebten den Alltag dieses Musikstils: Sie nahmen alle Arten von Drogen, zerstörten Hotelzimmer und hatten einen Hang zum Satanismus, der ihnen während ihrer Karriere vorgeworfen wurde. Nach

¹⁷ Raul: „Led Zeppelin’s „Physical Graffiti Album Cover Photo Building Location“, 2009, <http://www.feelnumb.com/2009/07/27/led-zeppelin-physical-graffiti-cover-location/>, Zugriff: 01.01.2015, 14:57.

dem Tod des Schlagzeugers John Bonham löste sich die Band im Jahr 1980 auf. (Dupuis 2012: 138)

„Led Zeppelin war eine Rock 'n' Roll-Gruppe. Also erfanden wir ein Leben das dazu passte.“ Jimmy Page (Dupuis 2012: 136)

3.2.7. Fusion

Eine Musikrichtung, die besonders unter der Rock Revolution litt, war Jazz. Der amerikanische Jazz-Trompeter Miles Davis erkannte, dass er musikalisch das produzieren musste, was junge Leute in den 70ern ansprechend fanden (Rockfans). Für sein nächstes Projekt brauchte er daher ein neues Image. Er legte seinen Anzug ab und fand seinen Stil in den bunten Roben und dem neuen elektrischen Sound von Jimi Hendrix, der dem Spacerock gleichkam. Das pittoreske Cover zu seinem Doppelalbum „Bitches Brew“ (1970) ist ebenso kreativ und facettenreich wie seine Melodien. (Paytress 2013: 142)

Kunstcover sind nicht nur eine Werbemaßnahme zum Verkauf der Ware Musik, häufig stehen Verpackung und Inhalt in einer engen Beziehung, die über die reine Veredelung der Musik durch die Kunst auf den Covers insofern weit hinausgeht, als beide oftmals als Ausdruck eines Lebensgefühls verstanden werden. (Spiegel 2002: 5) Miles Davis Musikstil wird als Fusion (Rock Gitarre und Schlagzeug) bezeichnet. Durch ihn arbeiteten Jazz und Rock fortan zusammen. Jazz erreichte dadurch eine neue Ebene und wurde zu einer dominanten Musikrichtung in den 70ern. Kennzeichen der Fusion waren Improvisationskunst und das Virtuositum des Jazz – Miles Davis vermischte Jazz mit Rockrhythmen und elektrischen Tasteninstrumente. (Seifert 2007: 139)

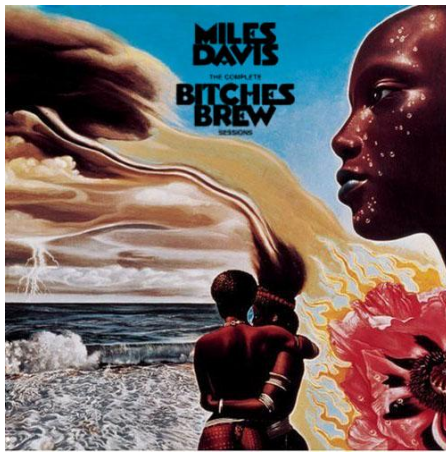


Abbildung 36: Miles Davis, „Bitches Brew“ (1970). (Van Zandt 2008: 98)

Auch die Droge LSD, die bereits beim Acid-Rock Anwendung fand, war Teil dieser Bewegung. Doch die in den frühen 70ern entstandenen Genres Jazz-Rock und Fusion widmeten sich künftig auch der Weiterentwicklung der Musik auf eine intellektuellere, wenn auch manchmal etwas angeberische Weise, jedoch nicht so planlos wie noch in der Hippiezeit. Miles Album war eines der meistverkauften Jazzalben aller Zeiten und gilt als „Schlüsselwerk“ für seine Karrierewende. Das Cover kann man mit seiner Musik vergleichen: Modern, belebend, improvisiert, energetisch und elektronisch. Diese neuen und belebenden Aktivitäten führten zu einer Reihe langer, improvisierter Live-Alben, bei denen Davis' Wah-Wah- Trompete und hyperaktive Funk-Grooves den Ton angaben. (Paytress 2013: 141-142)

3.2.8. Motown

Ein weiterer erfolgreicher Musiker aus Detroit war Marvin Gaye, bekannt als der „Prince of Motown“ der 70er. Der Motown Besitzer Berry Gordy wusste wie man einen Hit bzw. einen Superstar vermarktet – Motown wurde deshalb auch als „Hitfactory“ bezeichnet. Sein Plattenlabel vertrat ausschließlich schwarze Musiker. Berry Gordys Künstler traten selbstbewusst und fröhlich auf und verkörperten – wie der damalige Slogan schon sagte – den „Sound des jungen Amerika“. Daneben war Motown ein machtvoll Instrument der Integration von Schwarz und Weiß und setzte musikalisch und organisatorisch auf Disziplin. Mit 110 Top-10-Hits in den

Vereinigten Staaten zwischen 1961 und 1971 war das Label mindestens ebenso erfolgreich wie die Beatles. (Paytress 2013: 76) Dennoch wollte einer der wenigen Gesangssolisten namens Marvin Gaye, seinen eigenen Weg gehen. In den Songs seines Albums „What’s going on“, geht es um politische und soziale Ereignisse in seiner Stadt. Es handelt sich um eine Dokumentation, ein Soul-Konzeptalbum in einem neuen Rock-Modus, der für die gesamte schwarze Musik zum Wendepunkt wurde. Das Album schöpfte musikalisch alles aus, Jazz, Funk, Soul mit starken Statements und der Beobachtungsgabe des Singer/ Songwriters. (Paytress 2013: 130-131) Gaye gab der Soul-Musik eine neue Richtung und führte Gesellschaftskritik und Protest in die schwarze Popmusik ein. (Seifert 2007: 188)



Abbildung 37: Marvin Gaye, "What's Going On" (1971). (Van Zandt 2008: 20)



Abbildung 38: Marvin Gaye, "Let's Get It On" (1973). (Van Zandt 2008: 137)

Sein Album „Lets get it on“ (1973) war sogar noch erfolgreicher. Nachdem er in den 70ern von privaten Problemen geplagt wurde und die Disco Musik boomte, schöpfte er in den 80ern neue Kraft und stürzte sich mit seinem Song „Sexual Healing“ (1982) in sein erfolgreiches Comeback.

(Paytress 2013: 131) Auch Michael Jackson war mit seiner Band, den Jackson 5, bei Motown unter Vertrag. Als singender und tanzender Wunderknabe machte er Solokarriere, mit nie dagewesenen vier Nr.1.-Singles bis hin zu „Shake Your Body (Right to the Ground)“ von 1978. Dieser Song war nur einer der zahlreichen Hits der Disco-Ära. (Paytress 2013: 104)



Abbildung 39: Michael Jackson, "The Best Of Michael Jackson" (1975). "Michael Jackson The Best Of Michael Jackson Album", <http://www.sing365.com/music/lyric.nsf/Michael-Jackson-The-Best-Of-Michael-Jackson-Album/5BB429E08829483E4825688F002F009A>, Zugriff: 26.01.2015, 17: 52.

Das Cover von Michael Jackson „The Best Of Michael Jackson“ (1975) zeigt den Sänger mit einer weißen Taube. Sie ist ein Symbol des Friedens und soll auf die Rassendiskriminierung, die auch Marvin Gaye in seinen Songs behandelte, aufmerksam machen. (Absichtlich gemacht wird hier der Kontrast von Schwarz und Weiß.)

3.3. Glam Rock – Populärkultur

Im Laufe der 70er entstanden viele neue Trends in Bezug auf Musikstile. Die Beatles gab es nicht mehr, Rock war etwas für Studenten und Erwachsene, und für junge Eltern gab es Singer/ Songwriter. (Paytress 2013: 150) Die Vertreter des Glam Rock (von „Glamour“ abgeleitet), auch Glitter Rock genannt, waren Roxy Music, Marc Bolan, David Bowie, Lou Reed, von den Electric Warriors und Space Cowboys vom Mars. (Seifert 2007: 199)

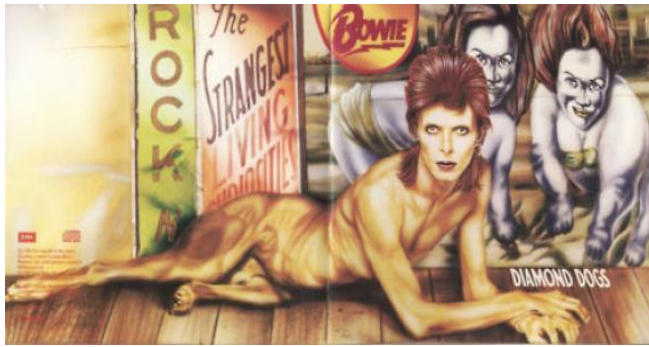


Abbildung 40: David Bowie, „Diamond Dogs“ (1974).
 Fulco, Richard: „Banned Album Covers: David Bowie's „Diamond Dogs“,
<http://www.rifraf.net/2013/01/controversial-album-covers-david-bowies-diamond-dogs/>,
 Zugriff: 04.01.2015, 22:44.

Etliche Künstler dieser Ära verband die Gier nach Ruhm, die Vorliebe für dramatische Intros und Hooklines – und die Bereitschaft, die Öffentlichkeit zu schockieren. (Paytress 2013: 151) Das Cover zu „Diamond Dogs“ (1974) zeigt David Bowie zur Hälfte als Hund, wobei auf der Vorderseite der Hülle der menschliche Oberkörper, und auf der Rückseite das Hinterteil eines Hundes, samt seinen Geschlechtsteilen, abgebildet ist. (Bowie setzte auf Künstlichkeit und Ironie und repräsentierte sich in diesem Fall selbst, monsterähnlich und seltsam, als eine Art Jahrmarkt Kreatur – diese Darstellung wird anhand der Schrift auf der Rückseite des Rockalbums, „The Strangest Living Curiosities“, verdeutlicht:

„Gaukler oder Verwandlungskünstler, David Bowie vervielfacht die Facetten seiner Persönlichkeit und lässt keinen Stil aus: Disco, Funk, Berliner Expressionismus, Hard Rock – alle Genres durchlaufen seine Mühlen, immer geprägt von seiner Eleganz und dem Stilmittel der Brecht'schen Verfremdung!“ (Dupuis 2012: 128)

Bolan und Bowie waren in Sachen Mode die Vorbilder der Jugendkultur – auch für die etwas später aufblühende Punk-Generation. Wie der Name Glitter Rock schon sagt, geht es hierbei um viel Pailletten, Schmuck, Schminke und Rockstars, die Style und Glamour auf der Bühne versprühen. Es handelte sich um die grellste Revolution, die die Popmusik je erlebt hat. Mit starkem Make-up (Lippenstift und Lidstrich), Glitzer-Kostümen und glamourösem Image lehnten sich Anfang der Siebzigerjahre junge, stilbewusste Musiker gegen die heterosexuelle Norm und die politisch – moralische – „correctness“ auf. Sie verkündeten, dass Identität und Geschlecht keine unveränderlichen Dinge sind, sondern fließend und aus-

tauschbar. Diese Einstellung richtete sich gegen die ausgeprägte Moralität der Jugendkultur der 60er. Es war eine Mission, die die geschätzten Symbole der Vergangenheit in ein kulturelles Umfeld einschleuste, das Nostalgie mit Futurismus, Balladen mit Hardrock und Melancholie mit Schockelementen verband. (Hoskins 1999: 10-11)

Glam Rockstars suchten das Spiel mit den Geschlechterrollen, um zu provozieren. Dabei schufen sie einen neuen, lasziven Rock 'n' Roll-nostalgischen Sound, lieferten Spektakel, Styling, Superstar-Gehabe, sowie Zügellosigkeit und spielten mit der Homoerotik. (Seifert 2007: 199)

Sie präsentierten ein neues Modell sexueller Identität, das sich durch die farbenfrohen Ergebnisse konstanten Wandels und Neu-Erfindens definierte, wobei ihre selbstkreierten Rollenspiele und Zweideutigkeiten zum Kern jugendlicher Erfahrung erklärt wurden. (Hoskins 1999: 11)

Als besonders eigenwillig und Stil prägend galt die Band Roxy Music. Beeinflusst wurde sie durch das alte Hollywood, die Kunst der 1960er, und dem Neon flimmernden Rock' n' Roll. Mit dieser Gruppe assoziierte man Überfluss, Luxus, Dekadenz und Subversion – Beschreibungen, die auf den überstilisierten Covers der ersten Platten noch übersteigert wurden. Besonders gerne verwendeten sie halbnackte Supermodels, gnadenlos angestrahlt, mit stark überschminkten Gesichtern. (Seifert 2007: 204)

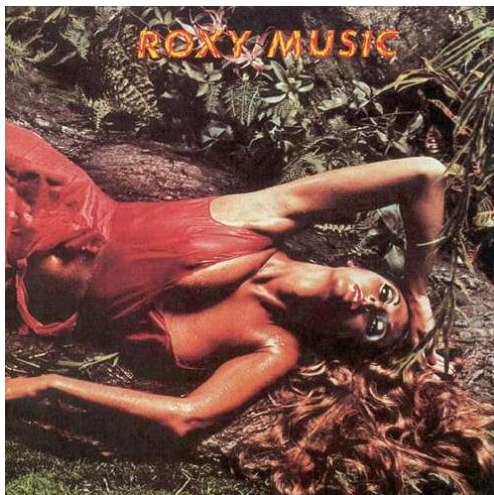


Abbildung 41: Roxy Music, "Stranded" (1974). (Dupuis 2012: 129)

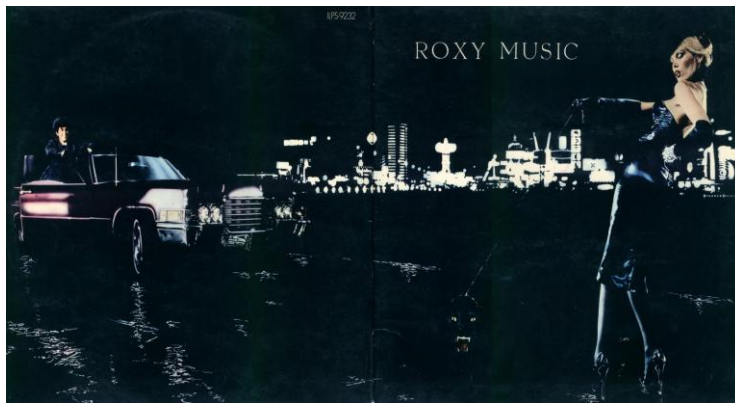


Abbildung 42: Roxy Music, "For Your Pleasure" (1973). (Hamilton/ Thorgerson/ Dean (Hg.) 2008: 41)

Die Fotografie zum Album "For Your Pleasure" aus dem Jahr 1973 spiegelt den Inhalt der Platte wider:

Diese Musik, schimmernd und unheilverkündend, ging über Pop-Art hinaus und kreierte futuristische Klänge von eleganter Düsternis.“ (Hoskins 1999: 80)

Auf dem Frontcover führt das Zwittermodel Amanda Lear eine schwarze Raubkatze vor der leuchtenden Kulisse Las Vegas spazieren – diese Abbildung sollte einen Eindruck von noblem Glam noir vermitteln. Die Band selbst posierte auf der Innenhülle, Rock gerecht und stilsicher mit ihren Gitarren. (Hoskins 1999: 80)



Abbildung 43: Roxy Music, "Roxy Music" (1972). (Dupuis 2012: 129)

Sowohl Männer als auch Frauen wurden durch Musik und Cover der Band angesprochen. Die Männer waren vor allem fasziniert von den aufreizenden Models am Cover, und die Frauen mochten beides, Musik und Style

von Roxy Music. Der Synthesizer-Spieler der Band, Brian Eno, der trotz seiner weiblichen, androgynen Erscheinung von vielen Frauen begehrt wurde, meinte:

Frauen kommen immer gut mit schwulen Männern zurecht, und ich denke, in eine ähnliche Richtung ging das hier auch (...) Wahrscheinlich ist es das Gefühl, jemanden vor sich zu haben, der zwar anders, aber nicht bedrohlich ist, der seine Autorität und die Fähigkeit, sich durch Körperkraft durchzusetzen, aufgibt. Wenn du schwul bist oder androgyn, versuchst du es nicht mit dieser männlichen ‚Ich bin hier der harte Kerl‘ -Nummer. Eine Frau weiß, dass so ein Typ nicht den Macker spielt. (...) Zu dieser Zeit gab es eine Reihe negativer Vorurteile, von wegen, alle Männer sind schrecklich oder alle Frauen sind lächerlich, und ich dachte, warum nicht keins von beiden sein?“ (Hoskins 1999: 81)

Im Juni 1972 erschien ihr erstes Album „Roxy Music“. Ihr Cover zeigt ein Glamourmodel im Stil der 1950er: Eine Frau mit lüsterndem Blick in mädchenhaften Pastelltönen gekleidet – sehr ungewöhnlich, deplatziert und unzeitgemäß. Dieses Album repräsentierte etwas absolut Neues in der britischen Popmusik. (Hoskins 1999: 78) Nachdem ein Hit dem andern folgte (Top-5-Erfolg „Virginia Plain“) war Roxy Music einer der spannendsten Newcomer dieser Zeit. (Paytress 2013: 153)

Nach der Ära des ausgeflippten Glam-Rocks kamen Musiker, die die LP benutzen, um kunstvolles und ausgefeiltes Musikmaterial auf neuer Ebene zu produzieren – Progressive Rock.

3.4. Progressive Rock



Abbildung 44: Yes, „Fragile“ (1971). Atlantic. (Dupuis 2012: 111)

Das Motto des Progressive Rock lautete „Freiheit des Klangs“. Man wollte Veränderung, war auf der Suche nach anderen Klängen, Rhythmen und einer anderen Kultur. Merkmale des Progressive Rock waren vor allem langgezogene, überladene Stücke, verflochtene Rhythmen, die an eine keltische, mittelalterliche Welt erinnern. Die Texte waren poetisch und überirdisch, wobei Begriffe wie Opern und Symphonien bei machen Musikern Verwendung fanden. (Dupuis 2012: 100-101) Eine der bekanntesten Prog-Bands aus dem Jahr 1972 war Yes. Einzelne Songs hatten Doppel-länge und füllten ganze Album-Seiten, mit dem Resultat, dass Doppelalben zu Triple-Alben wurden. Diese kreative Musik forderte nach ebenso kreativem Sleeve-Design (Cover-Design). Die Band forderte deshalb außergewöhnliche Covers für ausdrucksstarke Musik. Ihre „visual identity“ fanden sie im Designer Roger Dean. Er gilt als der Cover-Illustrator des Progressive Rock.¹⁸

„Sein Hyperrealismus, zum Teil beeinflusst durch die Künstler des 19. Jahrhunderts, schafft eine beunruhigende Atmosphäre. So stellt man sich Parallelwelten vor, in denen zwitterhafte Kreaturen umherirren...“ (Dupuis 2012: 110)

Da sie es bevorzugten Triple-Alben aufzunehmen, ermöglichten sie dem Designer auf der Innenseite der aufklappbaren Hülle, sich bildlich auszutoben. Man konnte die Alben wie ein Buch öffnen und wie eine Geschichte lesen. (Dupuis 2012: 101)

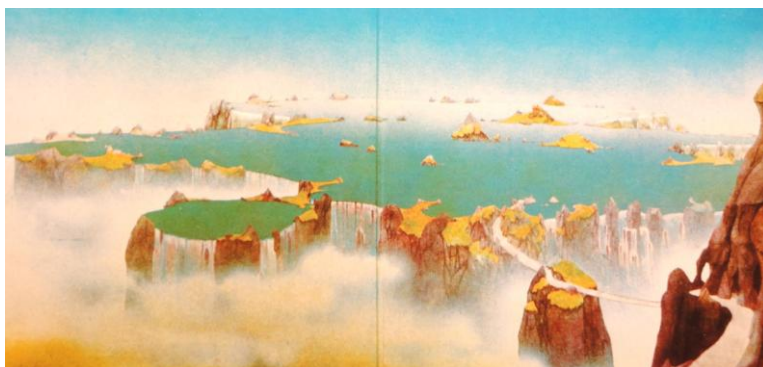


Abbildung 45: Yes, „Close To The Edge“ (1972), Atlantic. Roger Dean Design. (Hamilton/ Thorgerson/ Dean (Hg.) 2008: 143)

¹⁸ Vgl. O.N.: „When albums ruled the world“, <https://www.youtube.com/watch?v=Em4kpy1YuNQ>, Zugriff: 07.01.2015, 10:44. (Aus dem Englischen übersetzt von der Verfasserin.)

Das Ergebnis waren extravagante und ikonische Sleeves mit dem Namen „Close To The Edge“ und „Tales Of Topographic Oceans“ (Seifert 2007: 141). Meistens befanden sich auf ihren Alben Fantasie- und Science-Fiction-Bilder. Durch das außergewöhnliche Design wurden Album Cover zum Symbol der Bandidentität.

„Nostalgia has added a new dimension to the source material of designers; old photography and reworked 1940s and 1950s graphics have been figuring prominently on covers. The diversity unleashed by the 1960s has made possible unexpected superimpositions – the imagery associated with the American Dream mingles with that of surrealism, fantasy, and sci-fi.“ (Hamilton/ Thorgerson/ Dean (Hg.) 2008: 83)

Pink Floyds berühmtes Album „Dark side of the moon“ (1973) verkaufte sich Millionen mal. Kein anderes Album war länger in den Charts (15 Jahre lang in den Billboard-Top-100!). Obwohl weder der Name der Band, noch der des Albums auf dem Cover vorkam, wusste jeder Musikfan worum es geht und um wen es sich handelt. Indem sie gegen den Strom schwammen, erweckten sie die Neugier der Musikkonsumenten. Mit ihren Texten sprachen sie soziale und problematische Themen an. Roger Waters, der für das Schreiben der Song-Texte verantwortlich war, beschrieb seine Arbeit wie folgt (Seifert 2007: 193):

„(...) *to make a whole record about different pressures that appears in modern life.* Die Themen: Unterwegs sein (*on the run*), Alter (*time*), Geld (*money*), Wahnsinn (*brain damage*), Gewalt (*us and them*), Tod und Religion (*the great gig in the sky*).“ (Seifert 2007: 193)

Das Coverdesign – kein Albumtitel bzw. Name der Band – entwarf die sogenannte Hypnosis Design Agency – ein Grafikatelier, das auf kreative Fotografie spezialisiert ist und im Jahr 1968 von Storm Thorgerson, Aubrey Powell und Peter Christopherson gegründet wurde. (Dupuis 2012: 86)

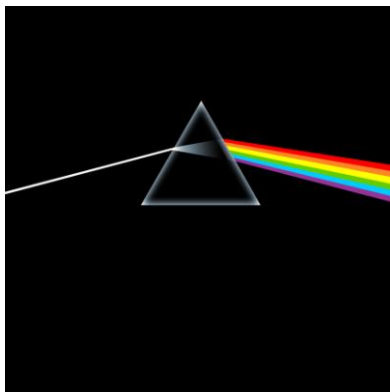


Abbildung 46: Pink Floyd, "Dark Side Of The Moon" (1973). (Hillinger, Patricia: Private Plattensammlung).

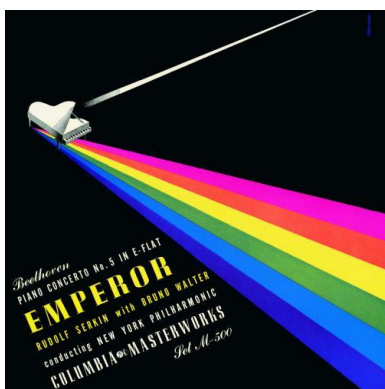


Abbildung 47: Alex Steinweiss, Cover zu Beethoven Nr. 5. (Reagan 2011: 36)

Der Plattencover-Designer Alex Steinweiss entwarf bereits 1942 für Beethovens Klavierkonzert Nr.5 ein ähnliches Cover. Von dieser Idee inspiriert, ersetzte Pink Floyd das Klavier gegen ein Prisma auf dem sich ein Lichtstrahl bricht. Aubrey Powell und Storm Thorgerson, von der Designagentur Hipgnosis, entwickelten das Plattencover des achten Pink-Floyd-Studioalbums. „The Dark Side of the Moon“ ist heute nicht nur das Album mit einem der bekanntesten Cover der Musikgeschichte, sondern auch eines der erfolgreichsten Studioalben.¹⁹

Ohne Bandnamen oder Titel ausgestattet ist auch ein weiteres berühmtes Plattencover von King Crimson „In the Court of the Crimson King“ (ein vermutlich aus Angst schreiendes Gesicht in rosa und blau).

Anhand dieses Albums bemerkt man die Verknüpfung der musikalischen Strömung mit der Gestaltung des Plattencovers.

¹⁹ Klatt, Oliver: „Pink Floyds Jahrhundertalbum. Die dunkle Seite des Menschen“, 2013, <http://www.spiegel.de/fotostrecke/pink-floyd-und-the-dark-side-of-the-moon-fotostrecke-110285-2.html>, Zugriff: 02.10.2014, 22:32.

Sowohl die Musik von Robert Fripp, als auch die Illustration von Barry Godber verschmelzen zu einem Gesamtkunstwerk, das durch erwachsene, tiefgründige Texte und Musik, der Fantasie freien Lauf lässt. (Dupuis 2012: 100)

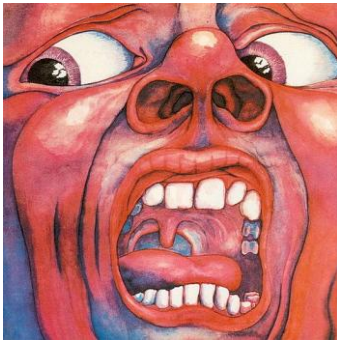


Abbildung 48: King Crimson, „In The Court Of The Crimson King“ (1969). (Dupuis 2012: 101)

3.5. Ölkrise

In Amerika wurden 1974 mehr Alben verkauft als Filme. Dennoch schwebte ein dunkler Schatten über den Plattenverkaufszahlen. Aufgrund der Ölkrise im Jahr 1973 wurde Vinyl deutlich teurer:

„The oil embargo instigated in 1973 by the OPEC countries led to an increase in prices and a shortage of supplies. Record companies responded to this situation in various ways. As well as cutting back on the amount of product they released, they also reduced the amount of pure vinyl that the records contained (...).“²⁰

Wegen des fehlenden Vinyls waren die Platten dünner und vom Gewicht her leichter (sowohl Singles als auch Alben). Um diese Krise zu überstehen fanden Plattenfirmen allerdings eine billige Lösung. Sie produzierten fortan „Best Of Alben“ und „Greatest Hits Alben“, um die harte Zeit produktiv und gewinnbringend zu überstehen. Die Carpenters, Abba und The Stylistics brachten in dieser Zeit erfolgreiche Platten heraus und gelten als

²⁰ Osborne, Dr, Richard: „Vinyl: A History of the Analogue Record: A History of the Analogue Record. The Fall and Survival of Vinyl“, <http://books.google.at/books?id=1KLSpJKckl8C&pg=PT101&lpg=PT101&dq=Oil+Embargo+Vinyl&source=bl&ots=EhixuCHU9r&sig=GuCTJmPDir8q>, Zugriff: 05.01.2015, 21:40.

„Highest Sellers“ in den Jahren 1974-1976. Live Alben verkauften sich allerdings noch besser als Greatest Hits Alben.

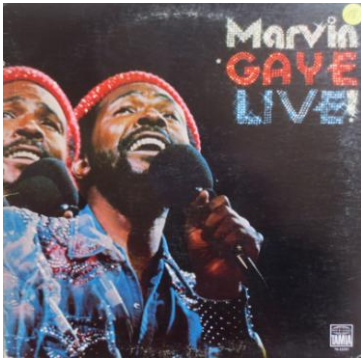


Abbildung 49: Marvin Gaye Live-Album. (Hillinger, Patricia: Private Plattensammlung).



Abbildung 50: Billy Preston Live European Tour. (Hillinger, Patricia: Private Plattensammlung).

Der Vorteil war, dass ein Album alle Hits enthielt. Es war eine einfache Plattenaufnahme und ein meist simples Coverdesign. Man benötigte kein Studio, da man bereits vorhandene und speziell ausgewählte Songs auf eine Schallplatte überspielte. So konnte einerseits Geld eingespart und andererseits der Gewinn erhöht werden. Auch künstlerisch gesehen gab es Vorteile. Die lokale Aufnahme eines Live Konzerts ermöglichte es, das Hier und Jetzt, die Energie und die Atmosphäre einzufangen, um dieses außergewöhnliche Erlebnis zu Hause mittels Schallplatte wieder zu erleben. Auch das Sleeve-Design wurde dem Live-Moment angepasst und zeigte die Künstler auf der Bühne, meistens singend oder tanzend. (Peter Framptons erstes Live Album war eines der erfolgreichsten Live Konzerte auf Schallplatte.)²¹

²¹ Vgl. O.N.: "When albums ruled the world", <https://www.youtube.com/watch?v=Em4kpy1YuNQ>, Zugriff: 05.01.2015, 21:43. (Aus dem Englischen übersetzt von der Verfasserin).

3.6. DISCO ÄRA

Mitte der 70er entstand in New York eine Underground-Klubszene, (Studio 54, New York/ Le Palace, Paris/ Heaven, London/ Metropol, Berlin) in der harte Rock-Tanzparties ausschließlich von Homosexuellen, Schwarzen und Puertorikanern veranstaltet wurden. (Seifert 2007: 237/ 242) Nach dem Vietnamkrieg wollte man weg von den ernsthaften 60ern und fröhliche, tanzbare Musik hören, die wenig anspruchsvoll und leicht konsumierbar war. (Schramm 2009: 408)

„Aus Hightech-Sound-anlagen, die die mächtigen Beats in schweißgeschwängerte, von Spiegelkugeln illuminierte Räume pumpen, beschallte die neue Discomusik eine aufdämmernde Ära des Hedonismus der um Sex und die Tanzfläche kreiste.“
(Paytress 2013: 188)

Die ersten Stars dieser Szene waren Donna Summer („I Feel Love“, „Bad Girls“, „Hot Stuff“), The Bee Gees („Jive Talkin“) und Gloria Gaynor („I Will Survive“). Weltweit verbreitet wurde diese Disco-Kultur durch den Film „Saturday Night Fever“ (1978) mit dem Soundtrack der Bee Gees und John Travolta in der Hauptrolle. Besonders die junge Generation folgte dem Mainstream auf der Suche nach ihrer Identität. Die Hauptfigur, dargestellt von John Travolta, erschuf einen neuen Konservatismus, in dem sich vor allem jene Jugendlichen wiedererkannten, welche sich enttäuscht von der 68er-Generation abgewandt hatten. Der Hype um das Soundtrack-Album war so groß, dass man gar nicht schnell genug produzieren konnte, und mit 25 Millionen verkauften Exemplaren verzeichnete es bald einen beispiellosen Umsatz. (Seifert 2007: 240-241)

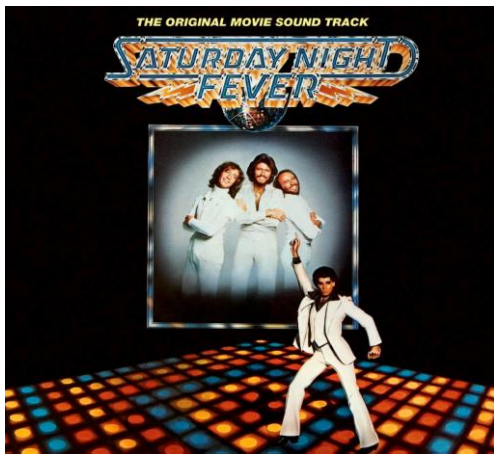


Abbildung 51: Various Artists, “Saturday Night Fever Soundtrack” (1978). (Van Zandt 2008: 118).

Gloria Gaynor, The Village People und Donna Summer trugen dazu bei, dass Disco-Musik bei allen Generationen einen Beliebtheitsgrad erreichte, wie es ihn seit dem Twist nicht mehr gegeben hatte. Rock wurde neu „verpackt“, berechenbar und akzeptabel. (Ochs 2001: 113) Das Artwork richtete sich nach der Musik und zeigte Stars mit Tanzposes, Glitter, Diskokugeln und Glamour. Man legte weniger Wert auf individuelle Motive, sondern auf Wiedererkennbarkeit – es wurden vor allem weniger Wörter als in den 60ern auf den Frontcovers verwendet. (Schramm 2009: 408)



Abbildung 52: Boney M., “Love For Sale” (1977).
 “Love For Sale Album Cover Parodies”, <http://www.amiright.com/album-covers/boney-m-love-for-sale-parodies/>, Zugriff: 19.01.2015, 17:03.

Wie man speziell an den Alben von Boney M. – einer deutschen Band produziert von Frank Farian – erkennen kann, ist Sex kein Tabuthema mehr. Exzess pur lautete die Devise. Offenkundige Sexualität, Eskapaden, sowie das Experimentieren mit Eleganz waren in der Disco die zentralen Anregungen für Auftreten und Verhalten. Anstatt wie bei der Rockmusik

die Stars auf der Bühne zu bewundern, konnte man sich in der Disco selbst zum Star küren, Drogen nehmen und Mitglied der High-Society werden. In Mode kamen zu dieser Zeit auch die Maxi-Singles, die eigens für die Discjockeys produziert wurden. (Seifert 2007: 241-242) Die schnell wechselnden Trends der Musikszene der 70er Jahre machten deutlich, dass der Rock 'n' Roll nie wieder eine einheitliche Bewegung sein würde. Das unstillbare Publikum forderte nach immer mehr Songs. (Ochs 2001: 114)

Da in den 70ern der Feminismus am boomen war (Einführung der Antibaby-Pille in den 60ern, Recht auf Abtreibung in den 70ern), drehte sich beinahe alles um die Wünsche und Sehnsüchte der Frauen. (Eine der ersten Sängerinnen, die sich kein Blatt vor den Mund nahm, war Donna Summer mit ihrem erotischen Song „I Feel Love“.) Die Plattencovers pass-ten sich dieser Entwicklung an und legten daher ihren Schwerpunkt da-rauf, weibliche Fantasien zum Vorschein zu bringen. Begierde, Lust (männliche Hände, die ein T-Shirt zerreißen) und die Hervorhebung des weiblichen Geschlechts (Frauen-Version des „Sticky Fingers“ -Albums der Rolling Stones) wurden auf einigen Sleeves als Themen präsentiert.²²

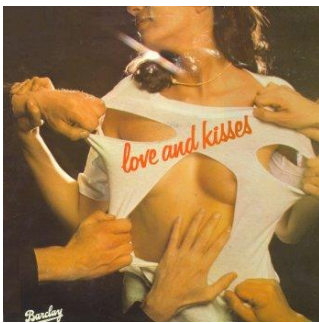


Abbildung 53: „Love And Kisses“ (1977). (Ochs 2001: 151)

²² Vgl. O.N.: „The Joy of Disco“, <https://www.youtube.com/watch?v=4zQpMnU6N4o>, Zugriff: 02.10.2014, 12:33. (Aus dem Englischen übersetzt von der Verfasserin).

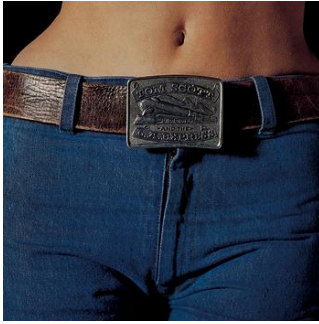


Abbildung 54: Tom Scott And The L.A. Express, "Tom Scott And The L.A. Express" (1974). (Ochs 2001: 150).

In den 70ern gab es eher wenige Frauen im Rock-Business. Die erfolgreichsten Sängerinnen waren Patti Smith, Joni Mitchell und Carole King. Patti Smith überzeugte durch ihre poetischen Songtexte über Einsamkeit, Erwachsenwerden und unerfüllter lesbischer Liebe, mit denen sie fast alle musikalischen und geschlechtlichen Konventionen brach. (Seifert 2007: 234) Patti Smith:

„»Ich hatte vor dem Rock 'n' Roll die Reinheit zurückzugeben. Er war zu einer aufgeblasenen, hohlen Sache mutiert, Mitte der 70er Jahre, zu einer Angelegenheit, hinter der keine Vision mehr steckte. Also brachte ich ihn zu seinen Wurzeln zurück – musikalisch aber auch inhaltlich. Das bedeutet, es ging um die berühmten, magischen drei Akkorde einerseits und es ging auf der anderen Seite um Provokation.«“ (Seifert 2007: 247)

Provozieren wollte auch die britische Punk-Gruppe „The Slits“, die sowohl mit ihrem Namen „Die Schlitze“, als auch ihrem Albumcover „Cut“, keinen Hehl mehr aus der Frauen-Power-Bewegung und Emanzipation machten. (Das Cover zeigt die Bandmitglieder mit Schlamm beschmiert, als halbnackte Kriegerinnen mit Lendenschurz.)

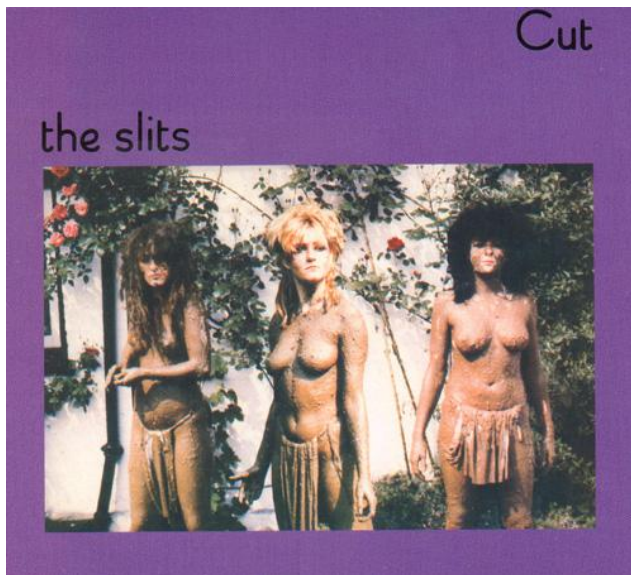


Abbildung 55: The Slits, "Cut" (1976). "The Slits - 'Cut' - 30th Anniversary Deluxe Edition", <http://www.southendpunk.com/html/slitscut.htm>, Zugriff: 27.01.2015, 18:31.

Patti Smith und The Slits zählten zu den weiblichen Vertretern der Disco-Gegner (Punker), die sich gegen die friedvolle und leicht konsumierbare Musik der 70er Jahre richteten. (Schramm 2009: 408)

3.7. PUNK ÄRA – Ästhetik des Hässlichen

Diejenigen, die sich sträubten ihre Probleme „wegzutanzten“ riefen die Punk-Rock-Bewegung ins Leben. Nach der Disco-Welle im Jahr 1975 (man erinnere sich zurück an Songs der Bee Gees „Night Fever“/ „Stayin’ alive“) kam es zwei Jahre später zur Punk-Revolution, der sich hauptsächlich gesellschaftliche Außenseiter und Desillusionierte anschlossen. (Ochs 2001: 113)

„»Punk lehnte die gesamte Rocktradition, ja die gesamte Geschichte ab. Die historisch gewachsenen Werte der Gesellschaft, Ausdruck der herrschenden Ideologie, wurden einfach umgekehrt.« (Maik Brüggemeyer, >Musikexpress<).“ (Seifert 2007: 244)

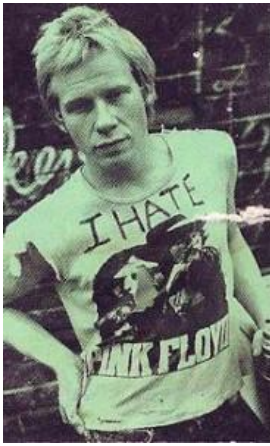


Abbildung 56: Johnny Rotten, Schlagzeuger der Sex Pistols.
 „I hate Pink Floyd“, <http://iturnedoutapunk.com/?p=914>, Zugriff: 19.01.2015, 11:01.

Punkmusiker mit ihren Hauptvertretern, den Ramones, Sex Pistols, New York Dolls und Blondie, hatten einen Sinn für Künstlichkeit und das Radikale. Sie folgten den rauen und rebellischen Wurzeln des Rock' n' Roll. Abgebildet wurde das Echte, Unkalkulierbare und Einfache. Punk-Gruppen zeigten sich in zerrissenen Hosen, alten Turnschuhen und abgewetzten Lederjacken meist vor einer Stadt- oder Industriekulisse, um ein urbanes Lebensgefühl zu vermitteln. Man wollte provozieren, seine Wut preisgeben und berief sich auf Themen wie Krankheiten, Nicht-Funktionieren, Verbrechen, Politik und Krieg, die auch durch das Artwork zur Geltung kamen (Ästhetik des Hässlichen). Bands wie The Ramones oder The Sex Pistols verwendeten meist Collage-Technik für ihre Punk-Plattencover. Man verwendete kaum mehr organische Materialien, sondern Beton und Plastik und statt abgestimmter Farbigkeit, Schwarzweiß, Blutrot oder Neonfarben. Punk läutete gewissermaßen das Ende des Progressive Rock ein und die erzeugten LP' s erreichten bereits eine neue Generation von Musikfans. Der Stil der Punks war genau konträr zu dem, was virtuose Gruppen wie Yes oder Pink Floyd bevorzugten zu tun. Sie richteten sich aber auch gegen das Spießertum und die Hippie-Bewegung. (Schramm 2009: 408-409) Progressive Bands spielten lange Solos, Punks kurze bis gar keine. Während Yes 3-seitige Alben aufnahmen, produzierten Punks Singles. Die Markenzeichen der Punks waren demnach kurze Songs, bescheidene Sleeves und schlichte, raue Produktion. Daraus resultierte die Energie ihrer Alben. Sie waren provokativ und spielten mit Politik und Make-up. 1977 wurde das Musikalbum neu erfunden und zwar

mit „Never Mind The Bollocks“ von den Sex Pistols, das sich durch knallige Farben und große Schriftzüge bemerkbar machte – simpel und auf den Punkt gebracht, so wie es der Punk prophezeite. Sie verwendeten hierfür die berühmte Collagetechnik, bei der Schrift, Bilder, oder Fotos auf eine Oberfläche geklebt werden.²³

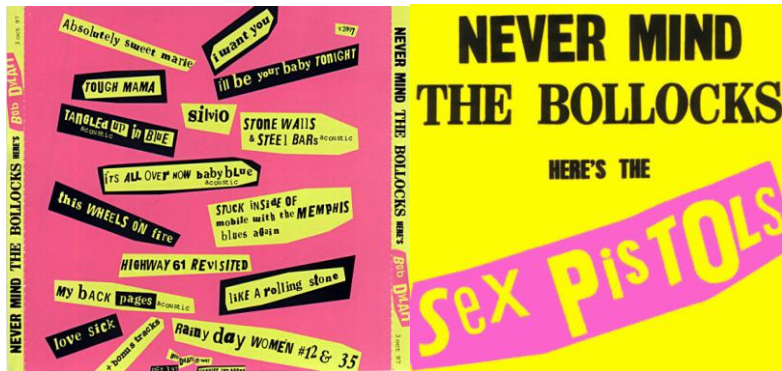


Abbildung 57: The Sex Pistols, "Never Mind the Bollocks, Here's the Sex Pistols" (1977), Debütalbum. (Schramm 2009: 423)

„Die improvisiert wirkende graphische Gestaltung der „cut-and-paste“ zusammengeklebten und billig vervielfältigten Hektographien verspricht eine laute dreckige und kaputte Musik.“ (Schramm 2009: 409)

Die abgerissenen Text-Passagen können unterschiedlich gedeutet werden: rein optisch ähneln sie den Überplakatierungen an urbanen Plätzen (Hauswänden, Litfasssäulen), und semiotisch an Erpresserbriefe – womöglich ein Angriff auf den erlesenen Geschmack und die Gewohnheiten der Spießer. Inhaltlich soll die raue Musik, die ordinären Texte und das „Do-it-yourself“ Image der Bands und der Fans veranschaulicht werden. Die Botschaft war: Jeder kann eine Band gründen, in einer Band spielen und seine Plakate und Cover selbst gestalten. Hauptsache es wirkt unprofessionell und ungeplant und ist alles andere als künstlerisch und kommerziell. (Schramm 2009: 409)

Die Musikrichtung, die Ende der 70er populär wurde und als „businesslike“ und konservativ galt, war AOR.

²³ Vgl. O.N.: "When albums ruled the world", <https://www.youtube.com/watch?v=Em4kpy1YuNQ>, Zugriff: 07.01.2015, 10:19. (Aus dem Englischen übersetzt von der Verfasserin.)

3.8. AOR

Mitte der 70er war die Popmusik am boomen, zudem gab es einen Wandel hin zur Warenästhetik. Ziel war es nicht mehr aufzufallen, sondern – im Gegensatz zum Punk – zu gefallen. Man musste daher etwas finden, was den Geschmack der Mehrheit, des Mainstream, traf und so erfand man ein neues Radioformat namens „AOR“. (Seifert 2007: 229) Radiostationen in den späten 70ern wollten spezielle Songs von speziellen Alben („Album Orientated Rock“). Ihre Playlist war daher äußerst schmal. Die Künstler brauchten daher eine neue Herangehensweise, um erfolgreich zu sein. Fortgeschrittene und Radio taugliche Songs produzierten Bands wie Boston („More Than A Feeling“), Journey, Styx, Kansas und Foreigner. Sie verfolgten alle dasselbe Ziel: Eine feine Mischung aus Blues und Rock 'n' Roll, gemacht für die seriöse, intellektuelle Hörerschaft. AOR war nicht länger „Album Orientated“, sondern „Adult Oriented Rock“. Fortan gab es eine Formel für Radiomusik, die sich „Polished Melodic Rock“ nannte. Mit 25 Millionen verkauften Exemplaren, galt „Rumours“ (1977) von Fleetwood Mac als eine der erfolgreichsten Platten aller Zeiten. (Seifert 2007: 261) Dieses Album begeistert durch seinen geschmeidigen und präzisen Sound, der es einem als Zuhörer leicht macht zu genießen (Hip Easy Listening). Nicht nur der Sound, sondern auch die Musiker schienen erwachsen zu werden. (Kneif 1980: 128)



Abbildung 58: Fleetwood Mac, "Rumours" (1977). (Van Zandt 2008: 45).

Das Cover zu „Rumours“ zeigt Stevie Nicks und John McVie, bekleidet als elegante Hippies. Stevie in Ballettschuhen mit schwarzem Chiffon hebt

das linke Bein in elfenartiger Pose. McVie in edler Gentleman Haltung, hält der Dame stolz die Hand. Zeichenhaft und simpel in schwarz-weiß gehalten, wirkt das Artwork seriös, poetisch und spielerisch zugleich. Die „Message“ des Albums ist Intimität – die Songs handeln hauptsächlich von zwischenmenschlicher Beziehung. „Rumours“ ist auf Platz sechs der meist verkauften Alben der Welt. (Van Zandt 2008: 45)

3.9. 80er und 90er

In den 80ern gab es zum ersten Mal einen Verkaufsrückgang von Musik durch Fernsehen, Videospiele, Video- und Kassetten Rekorder. Die Technologie veränderte sich: Durch die Kassette bzw. den „Walkman“ war man nicht mehr an ein Gerät gebunden. Musik wurde mobil und ermöglichte so eine neue Hörerfahrung. Von nun an konnte man seine eigenen Tapes zusammenstellen und hören wo und wann man wollte.

Zwischen 1980 und 1983, starben etliche Musiktalente wie John Lennon, Marvin Gaye, Bob Marley, John Bonham und Dennis Wilson, wobei Rockmusik durch deren Tod bedeutender denn je wurde. Die Musikbranche forderte mehr Megastars als zuvor, wobei viele berühmte Sänger wie Diana Ross oder Elton John, ihre Plattenfirmen verließen, und mit neuen Labels Millionen-Dollar-Verträge abschlossen, um dann wiederum zu ihren alten Plattenfirmen noch reicher und berühmter zurückzukehren. (Ochs 2001: 157) Seit der Erfindung des Musikfernsehens, MTV, im Jahr 1981, fand man einen neuen Weg, um Musik zu vermarkten. Dabei kreierten Videoregisseure um die Musik eine „Story“. Früher musste man sich Songs bis zu 10-mal anhören, um sich ein Bild vom Star und dessen Botschaft machen zu können. MTV machte die Sache einfacher:

Gingen die Musiker in den Sechzigern vom Gedanken aus »wie muss ich meine Geschichte erzählen, damit sie der Zuhörer versteht«, so fragte sich der moderne Künstler in den Achtzigern eher »wie muss ich die Geschichte erzählen, damit sie ein Hit wird«. (Seifert 2007: 412)



Abbildung 59: Michael Jackson "Thriller" (1982). (Hillinger, Patricia: Private Plattensammlung).

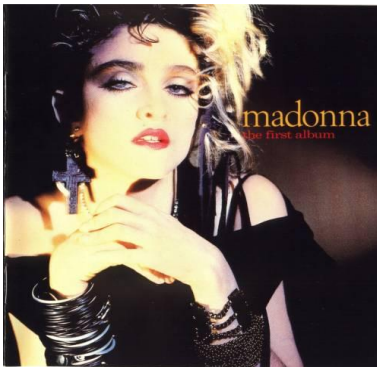


Abbildung 60: Madonna 1. Album (1983). (Hillinger, Patricia: Private Plattensammlung).

Michael Jackson lieferte mit „Thriller“ eines der längsten und außergewöhnlichsten Musikvideos überhaupt (15 Minuten Länge), aber auch Madonna („Lucky Star“) war eine der ersten erfolgreichen weiblichen „Video Artists“. (Stolberg 2011: 59-62) Beide Stars dominierten meist im optischen Mittelpunkt der Cover-Alben, was den Verkauf begünstigte (Michael Jacksons Album „Thriller“ wurde zum meist verkauften Album aller Zeiten, während Madonna mehr Schallplatten verkaufte als jede andere Sängerin der Popwelt zuvor). (Ochs 2001: 157) Das Motto der Postmoderne „Anything Goes“, Narzissmus, Hedonismus und Coolness bestimmten Mode, Musik und Artwork dieser Zeit, wobei Synthesizer Elektropop durch knallige Farben, Stahl- und Chromeffekte, sowie Glas-Optik und Graffiti-Kunst am Cover repräsentiert wurde. (Schramm 2009: 410/ 412)



Abbildung 61: Diana Ross, "Red Hot Rhythm + Blues" (1987). (Ochs 2001: 176)



Abbildung 62: Tina Turner, "Private Dancer" Single (1984). (Hillinger, Patricia: Private Plattensammlung).

Kommerzialisierung, mediale Vernetzung und die rasche Entwicklung der Elektronik lösten Grenzen auf und ließen traditionelle musikalische Stilrichtungen verschmelzen. Nachdem 1983 das Geschäft mit den Videoclips begann, fielen auch die Grenzen zwischen hoher und niedriger Musik und der Kultur. Der erfolgreichste Star der 80er war Michael Jackson. Keiner erfüllte die Erwartungen der Massen so wie er.

Dies führte bis hin zu chirurgischen Anpassungen des vormals dunkelhäutigen Sängers an weiße Schönheitsideale.²⁴

Das Musikfernsehen wurde zur Artform, bei der man Songs auf das Video hinproduzierte. Ein Vorteil dieser neuen Art von Musikwahrnehmung war, dass die meisten Kosten für Promotion und Marketing wegfielen.

Die Langspielplatte war nicht mehr die „Driving Force“ der Musikindustrie. Der innovativste Schub für Popmusik kam mit der Entwicklung der Com-

²⁴ Edgar, Wolfrum. „Die Geglückte Demokratie“, Klett-Cotta Verlag, Stuttgart; 2006, <http://books.google.at/books?id=81b7wC7hS6YC&pg=PA411&dq=Plattencover+der+90er&hl=de&sa=X&ei=vYxkVLy0E8Lsatb-gNAF&ved=0CCUQ6AEwAQ#v=onepage&q=Plattencover%20der%2090er&f=false>, Zugriff: 05.01.2015, 22:05, S. 412.

compact Disc (CD) im Jahr 1982. Sie verdrängte die Vinylschallplatte, deren Produktion eingestellt wurde, gegen Ende des Jahrzehnts vom Markt. Mit der CD verringerte sich die Fläche für die grafische Gestaltung des Covers von vormals 30 Zentimetern Durchmesser auf knapp 13 Zentimeter. Viele Aufnahmen aus der Vergangenheit wurden deshalb neu eingespielt und erneut auf den Musikmarkt gebracht. (Ochs 2001: 158) Weiters entwickelten sich etliche Nischen in denen experimentiert wurde – neue Musikrichtungen waren New Wave, Synthie-Electro-Pop, Gothics, Brit Pop etc. Jeder dieser musikalischen Stile brachte eine individuelle Ästhetik hervor, die die Musik und das Lebensgefühl reflektierte. (Schramm 2009: 410-411) Als Ausdrucksform der Jugend galt der Musikstil New Wave, der aus einem dominanten Keyboard und synthetischen Klängen bestand und den Hörer in Partystimmung bringen sollte. In Bezug auf Ästhetik zeigte man sich affektiert und kultiviert zugleich. (Dupuis 2012: 184)



Abbildung 63: Blondie, "Parallel Lines" (1978). (Van Zandt 2008: 123)

„Trends wie Rap und Hip Hop versuchten, den Rock zurück in die Innenstädte zu bringen, doch die meisten Rockstars, inzwischen Multimillionäre, blieben lieber in den vornehmen Villenvierteln. Die rebellische Punk-Rock-Bewegung war zornig wie eh und je, wurde aber durch die Vertreter des New Wave wie (...) The Clash musikalischer. Aus dem Garage Rock der Amateur- oder Garagenbands wurde der Grunge-Rock von Gruppen wie Nirvana und Pearl Jam. (Ochs 2001: 157-158)

3.9.1. Grunge



Abbildung 64: Nirvana, "Nevermind" (1991). (Schramm 2009: 427)

Die letzte kreative Phase, die Musik erlebte, war die Musikrichtung Grunge. Grunge galt als der Punk der 90er Jahre. Zu den neuen Bands, deren Songs ähnlich aufgebaut waren wie die der Punks – simpel und mit kraftvollen Power Chord-Kadenzen strukturiert – zählte Nirvana aus Seattle, bestehend aus drei Musikern. Darunter einer der bekanntesten, Kurt Cobain. Ihre Hit-Single „Smells Like Teen Spirit“, stammt aus ihrem ersten Album „Never Mind“ (1991) und wird als das „Gesicht“ des Grunge Rock bezeichnet. Seattle wurde plötzlich zum Mittelpunkt des jugendkulturellen Interesses. Ihre Begeisterung für diese Art von Musik brachte der Kleidungsstil zum Vorschein (Lagenlook, Holzfäller Hemden, zerzauste Frisuren etc.).²⁵ Grunge

„(...) ist von der herben Seite Seattles und seines Umlands beeinflusst (...) und mischt die Zutaten Hardcore-Punk, elektrische Energie, Sprünge ins Publikum und einen Tick Verrücktheit: Dazu kommt eine Prise Heavy Metal, ein paar Dissonanzen und Rückkoppelungen, und es entsteht ein Sound, der dem traditionellen Rock nahekommt.“ (Dupuis 2012: 225)

²⁵ Fuchs, Alexander/ Majewski, Carsten: „Black Metal-Musiksoziologische Analyse der Darstellungsformen und –inhalte“, <http://books.google.at/books?id=tbbZAQAAQBAJ&pg=PA51&dq=Plattencover+der+90er+&hl=de&sa=X&ei=vYxkVLY0E8Lsatb-gNAF&ved=0CDAQ6AEwAw#v=onepage&q=Plattencover%20der%2090er&f=false>, Zugriff: 13.01.2015, 20:02, S.51.

Der Musikstil wird abgeleitet von „grungy“ und bedeutet schmutzig, ungewaschen. Das Lebensgefühl zeichnet sich aus durch Leid, Apathie, Zorn und Zukunftslosigkeit. Es war eine Art Gegenbewegung zum „Yuppietum“. (Als Yuppie bezeichnet man reiche, verwöhnte streberhafte und „gestriegelte“ Jugendliche.) Das Cover von Nirvana richtet sich dabei gegen Reichtum und Materialismus – ein Baby schwimmt einem Geldschein nach, der an ein Seil gebunden ist (Antikapitalismus). Sie machen dadurch deutlich, dass man bereits von klein auf darauf trainiert wird nach Macht und Besitztum zu streben. Mit Gitarre, Bass, Schlagzeug und Gesang produzierten sie einen wuchtigen Sound, der durch die voluminösen, heftigen Gitarrenpassagen, nichtsynthetischen Klängen und dem weinerlichen, wütenden und sensiblen Gesang, Einzigartigkeit erlangte. Mittlerweile ist die Grunge-Szene stark geschrumpft und nicht mehr diejenige, die sie Anfang der 90er war. Auch die Grunge-Musik des Seattle Undergrounds existiert nicht mehr in ihrer „Ursprungsform“. Dennoch sind Restelemente der Grunge-Philosophie in der heutigen Musikszene enthalten (bspw. bei Nickelback, Muse).²⁶

Kurt Cobain beging am 5. April 1994 Selbstmord. Danach war die Vinylplatte aus den Regalen der Plattenläden zuerst einmal verschwunden. (Dupuis 2012: 225)

3.9.2. Entwicklung der Schallplatte/ Cover ab den 90ern

Die „Goldene Ära“ ist die „Vinyl Ära“ – die produktive, musikalische und zukunftsorientierte Ära der Musikindustrie.

Sie fängt in den frühen 50ern an und endet mit der Erfindung der Compact Disc in den 80er Jahren.

Der Technologiekonzern Philips brachte im März 1979 seinen ersten CD-Player auf den Markt und ernannte den österreichischen Dirigenten Herbert von Karajan zum größten CD-Promoter aller Zeiten. Er stellte im Jahr

²⁶ Heyer, Robert/ Vachs, Sebastian/ Palentien, Christian (Hg.): „Handbuch Jugend-Musik-Sozialisation“, <http://books.google.at/books?id=LHpmTWcSMS8C&pg=PA78&dq=Musik+der+90er&hl=de&sa=X&ei=H7IkVN6aL-T9ywOH3YH4Bq&ved=0CDwQ6AEwBA#v=onepage&q=Musik%20der%2090er&f=false>, Zugriff: 13.01.2015, 20:07, S.64-65.

1982 bei den Salzburger Osterfestspielen auf einer gemeinschaftlichen Pressekonferenz von Polygram, Philips und Sony, Prototypen der neuen CDs vor. Fortan war es vorbei mit dem Knistern, Knirschen, Rauschen und Rumpeln der Schallplatte, da man über einen Tonträger mit hervorragender Klangqualität und ohne Gleichlaufschwankungen verfügte. (Haffner 2011: 165-166) Das erste Pop-Album, das auf CD erschien, war das letzte Abba-Album „The Visitors“ (1982), hergestellt von Philips, während die erste, am Fließband produzierte, CD von Billy Joel („52nd Street“) stammt. (Stolberg 2011: 57-58) Einer der einflussreichsten Sleeve Designer der 90er Jahre war Stefan Sagmeister. Er war der Meinung, dass eine CD-Hülle dem Käufer ein gutes Gefühl in Bezug auf die Band geben muss. Zudem kann man auf einer CD vielmehr unterbringen, als auf einem traditionellen LP-Cover, da man dank neuer Computer- und Gestaltungstechniken wie Photoshop, ein umfangreiches Booklet beilegen kann, das ausführliche Informationen zum Künstler liefert. (Schramm 2009: 415) Dennoch war die Schallplatte noch nicht vollständig vom Markt verdrängt – sie war bis zum Anfang der 90er Jahre der stille Begleiter der CD. Vor allem die Hip-Hop Szene, die zu dieser Zeit populär wurde, wusste das LP-Format zu nutzen:

„Hip-Hop, der laute, rohe Sound der Subkultur, brachte Collagen aus der gründlich durchgequirlten Vergangenheit von Rock und Pop sowie einen kraftvollen Sprechgesang namens „Rap“ in den Mainstream. So veränderte er die Musik für immer.“ (Paytress 2013: 200)

Durch schwarze amerikanische DJs, die den Plattenspieler durch Samples ergänzten, kam es zu einer musikalischen Revolution und Rap/ Hip-Hop etablierte sich als internationaler Musikstil. (Schramm 2009: 414) Auch die rein elektronische Techno-Musik läutete Anfang der 90er eine Dance-Kultur ein, die für die nächsten Dekaden Musik und Gesellschaft dominierte. (Paytress 2013: 200-201) Nicht nur auf der Bühne oder in Videoclips, sondern auch im Artwork wollte man ein gewisses Image vermitteln. So waren es meist muskulöse Oberkörper, Tattoos, attraktive halbnackte Frauen, teurer Schmuck und Autos, die am Cover als Statussymbol präsentiert wurden. (Schramm 2009: 414)



Abbildung 65: Paid in Full (1987). (Van Zandt 2008: 166)

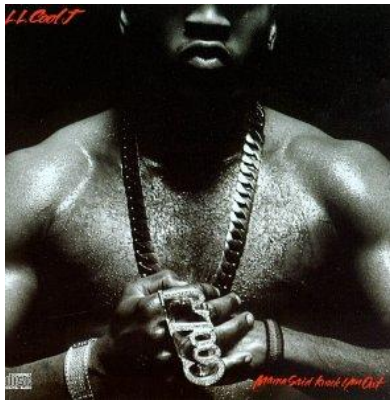


Abbildung 66: LL Cool J, "Mama Said Knock You Out" (1990). (Schramm 2009: 428)

Ghettomusik entwickelte sich auf diese Weise weg von Protestmusik hin zu millionenschwerem „Gangsta-Rap“. (Einflussreiche Bands waren unter anderem Public Enemy, die Sugar Hill Gang und Dr. Dre). (Schramm 2009: 414)

Mit Beginn des 20. Jahrhunderts entwickelte sich der Hip-Hop weiter und bildete neue Genres (Gangsta-Rap, G-Funk, West-Coast- und East-Coast-Hip-Hop). (Paytress 2013: 252) Auch Rockmusik erlebte ein Comeback. Ende der 90er haben Bands und Plattenfirmen wieder begonnen Vinylplatten zu produzieren. (Das letzte Album der Band Radiohead ist wieder auf Vinyl erhältlich.) Seit dem Millenium im Jahr 2000, befindet sich die Schallplatte erneut in den Regalen der Plattenläden. Gruppen wie R.E.M. bieten ihre Alben sowohl in CD- als auch in LP-Form zum Verkauf an. (Dupuis 2012: 226) Sammler und Leute im Rentenalter, die ihre gesammelten Schallplatten hoch achten und ihre Hüllen studieren, sowie Jazz Liebhaber, hängen am Vinyl und wissen deren Wert zu schätzen. Eine Platte aufzulegen und ihre Musik zu hören gleicht einem Ritual, es ist

wie ein Geschenk an sich selbst oder an jemand anderen. Man kann nebenbei Tee trinken, ein Buch lesen oder einfach nur entspannen – es ist ein Ereignis, das nicht nur im Ohr statt findet. Jeder der in der Golden Age Platten gesammelt hat, besitzt nun ein Stück Geschichte bei sich zu Hause. (Wenn man die Plattensammlung von jemandem durchblättert, ist es so, als würde man in die Seele der Person blicken.)

„Der Rock ist eine Musik der Zukunft und die Vinylplatte sein Fetisch...“ (Dupuis 2012: 250)

Durch das Digital-Zeitalter des Web 2.0. mit „YouTube“ und „Myspace“, hat sowohl die romantische Idee vom Popalbum, als auch deren künstlerische Verpackung an Bedeutung verloren.

4. Schlusswort – Zukunftsaussicht

Mit der digitalen Revolution des 20. Jahrhunderts wurde das Albumcover in den Hintergrund verdrängt, da Musik-Files aus dem Internet etc. in dem Sinn kein „physisches“ Cover besitzen, sondern nur virtuell auf PC oder Mobiltelefon abgerufen werden können. Außerdem ist ein Cover bzw. eine Plattenhülle für die Ware Musik nicht mehr relevant. Viele Nutzer laden sich das Coverbild aus dem Netz herunter und drucken es zu Hause aus. (Schramm 2009: 435)

„Musik als eines der zentralen Medien der Populärkultur ist im 21. Jahrhundert von einem zunehmenden Pluralismus divergenter mikrokultureller Reservate, Szenen und Netzwerke gekennzeichnet, was eine Benennung sowohl maßgeblicher Trends wie auch deren Artwork schwierig macht. Es gibt nicht mehr den ausschlaggebenden Hauptnenner – weder im Mainstream, noch in den zahllosen Subkulturen -, sondern unübersichtlich viele Nischenströmungen.“ (Schramm 2009: 434)

Damals als es noch kein Musikfernsehen gegeben hat, gab es Plattenhüllen, die die Musik verbildlichten. Sie waren (als Medium) wichtig, um dem Käufer den musikalischen Inhalt zu vermitteln – das Plattencover war das Aushängeschild des Künstlers und machte ein Album zum Gesamtkunstwerk. Durch die technischen Möglichkeiten heutzutage (MTV, Radio, Musikzeitschriften), sowie Internetplattformen (Youtube, Myspace, Reverbnation etc.), hat sich die Musikwahrnehmung verändert bzw. der Zeit angepasst. Meiner Meinung nach hat die Schallplatte und ihr Cover seit dem Aufkommen von Kassette, CD und Mp3 nicht an Beliebtheit verloren. Sie ist nur zu einem Mitläufer geworden, der langsam wieder große Beliebtheit erfährt.

MTV gab den Startschuss für eine neue Musikgeneration und deren Marketing. Wichtig waren Musikvideos, die den Star (Band oder Solokünstler) rund um die Uhr auftreten ließen. Wenn man wissen wollte, wie der Musiker, den man singen hörte aussah, brauchte man nur den Fernseher einschalten oder im Internet nach Bildern „googeln“. Trotz der positiven Eigenschaften des unbegrenzten „surfens“ und Musikhörens der gratis Downloads im Internet, wissen moderne Musikliebhaber die Vinyl-Platte

weiterhin zu schätzen, da es jedes mal ein Ereignis ist, eine Platte auszuwählen, auszupacken und auf den Plattenspieler zu legen, um seine Lieblingsmusik zu genießen und der einzigartigen Soundqualität zu lauschen. Das Hörerlebnis findet nicht nur – wie bei den Mp3-Geräten durch Knopfdruck – zwischendurch in der U-Bahn oder im Fitnessstudio statt, sondern in den eigenen vier Wänden, wo man an ein Gerät gebunden ist. Schallplatten sind deshalb noch nicht „ausgestorben“, weil Musikhörer etwas aus der Vergangenheit besitzen möchten und zwar aus den Kult-Jahren, wo die Musikstile noch am Entstehen waren. Gleich verhält es sich auch mit den Schallplattencover, die bei vielen Sammlern aufgrund ihrer Seltenheit großen Wert haben und oft wie ein Kunstwerk an die Wand gehängt werden. Heutzutage geht es um Wiedererkennung und darum, dass man mit bestimmten Songs oder Bands etwas Besonderes oder sogar Persönliches verbindet. Die meisten modernen Musiker von heute arbeiten nach diesem Prinzip, indem sie den Stil der vergangenen Jahre kopieren – Madonna inspiriert von Marilyn Monroe, Lady Gaga inspiriert von Madonna usw. – und so die Vertrautheit des Konsumenten wecken.

„Die Vinylplatte ersetzt die CD und wird eine Glaubhafte Alternative zur entmaterialisierten Musik...“ (Dupuis 2012: 230)

Obwohl die Schallplatte von der Compact Disc und später von den digitalen Musikmedien ersetzt wurde, finden speziell die DJ's der Disco-Szene, sowie Klassikliebhaber heutzutage noch Gebrauch und Gefallen an der „Scheibe“. Discjockeys schätzen den Klang und das Gefühl der LP, die wärmer und satter klingt als CDs oder Mp3-Dateien.

„Die CDs halten Einzug in den Discotheken. Man muss gestehen, dass sie wirklich praktisch sind und wenig Platz einnehmen. Aber schon beginnen einige zu sagen, dass die Vinylplatte doch sehr viel mehr Charme hatte und ein gutes Medium war, um die Bands in Fotos und Illustrationen darzustellen. (...) Gott sei Dank hat die Produktion von Vinylplatten nie aufgehört. Dank der DJs und des Hip Hops lebt die Platte weiter, deskret, lautlos, in einer Parallelwelt.“ (Dupuis 2012: 226)

Etliche Musikrichtungen, darunter elektronische Musik, Hip Hop, Rock, Funk, Soul und Jazz, werden noch immer auf Vinyl produziert. Im Jahr

2007 profitierten Vinyl-Platten von der Retro-Welle. Der Erfolg des Vinyl-trends ist vor allem den Sammlern zu verdanken, die großen Wert auf das Cover legen. Ein Ende der Schallplatte ist daher nicht in Sicht.²⁷

„Wir, die wir die Flohmärkte nach den wunderbaren Motiven durchstöbern, hinter denen sich eine Schallplatte versteckt, werden immer zahlreicher... die Vinylplatte bereitet ihre Rückkehr in die Regale der Plattenläden vor...“ (Dupuis 2012: 226)

²⁷ Simone, Catherine: „Ode an die Rille. 60 Jahre Vinylplatte und kein Ende in Sicht“, 2008, <http://www.tagesspiegel.de/kultur/pop/ode-an-die-rille-60-jahre-vinylplatte-und-kein-ende-in-sicht/1261944.html>, Zugriff: 05.01.2015, 22:27.

5. Literaturverzeichnis

- Almer, Wolfgang: Strukturen und Strategien der Musikwirtschaft im Umgang mit veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen. Universitätsverlag Rudolf Trauner, Linz; 2002.
- Bonz, Jochen: Popkulturtheorie. 1. Auflage 2002, Ventil Verlag, Mainz; 2002.
- Brinkmann R.D./ Rygulla R.R. (Hg.): ACID - Neue amerikanische Szene. März Verlag GmbH, Augsburg; 2003.
- Brüssel, Thomas: Myspace killed the Radio Star. Die Demokratisierung der Musikproduktion durch die neuen Medien. Tectum Verlag, Marburg; 2009.
- Chapple, Steve/ Garofalo, Reebee (Hg.): Wem gehört die Rockmusik? Geschichte und Politik der Musikindustrie. (Aus dem Amerikanischen von Teja Schwaner.), Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg; 1980.
- Drügh Heinz, Metz Christian und Weyand Björn (Hg.): Warenästhetik. Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst. Suhrkamp Verlag Berlin; 2011.
- Dupuis, Dominique: Rock Vinyl. Die 700 legendärsten Plattencover. HEEL Verlag GmbH, Gut Pottscheidt; 2012.
- Edgar, Wolfrum. „Die Geglückte Demokratie“, Klett-Cotta Verlag, Stuttgart; 2006,
<http://books.google.at/books?id=81b7wC7hS6YC&pg=PA411&dq=Plattencover+der+90er&hl=de&sa=X&ei=vYxkVLy0E8Lsatb-gNAF&ved=0CCUQ6AEwAQ#v=onepage&q=Plattencover%20der%2090er&f=false>, Zugriff: 05.01.2015.
- Fuchs, Alexander/ Majewski, Carsten: „Black Metal- Musiksoziologische Analyse der Darstellungsformen und –inhalte“, <http://books.google.at/books?id=tbbZAQAAQBAJ&pg=PA51&dq=Plattencover+der+90er&hl=de&sa=X&ei=vYxkVLy0E8Lsatb-gNAF&ved=0CDAQ6AEwAw#v=onepage&q=Plattencover%20der%2090er&f=false>, Zugriff: 13.01.2015.
- Grunenberg, Robert: „Popzeitschrift. Forschungen zur Warenästhetik“, 2012, <http://www.popzeitschrift.de/2012/12/12/kulturwissenschaft-und-warenasthetikam-beispiel-von-david-wagners-roman-vier-apfelvon-robert-grunenberg12-12-12/>, Zugriff: 05.11.2014.
- Haffner, Herbert: His Master's Voice. Die Geschichte der Schallplatte. 1. Auflage 2011, Parthas Verlag, Berlin; 2011.

- Hamilton, Dominy/ Thorgerson, Storm/ Dean, Roger (Hg.): The Album Cover Album. Edition Olms AG, Zürich; 2008.
- Heyer, Robert/ Vachs, Sebastian/ Palentien, Christian (Hg.): „Handbuch Jugend-Musik-Sozialisation“, <http://books.google.at/books?id=LHpmTWcSMS8C&pg=PA78&dq=Musik+der+90er&hl=de&sa=X&ei=H7IkVN6aL-T9ywOH3YH4Bg&ved=0CDwQ6AEwBA#v=onepage&q=Musik%20der%2090er&f=false>, Zugriff: 13.01.2015.
- Hoskyns, Barney: Glam Rock. Bowie, Bolan und die Glitter-Rock-Revolution. Hannibal Verlag, St. Andrä-Wördern; 1999.
- Hutzinger, Birgit: „Die Counterculture. Jugendkultur in den 60’ern“, 1996/97, <http://www.aurora-magazin.at/wissenschaft/hutzinger.htm>, Zugriff: 30.09.2014.
- Klatt, Oliver: „Pink Floyds Jahrhundertalbum. Die dunkle Seite des Menschen“, 2013, <http://www.spiegel.de/fotostrecke/pink-floyd-und-the-dark-side-of-the-moon-fotostrecke-110285-2.html>, Zugriff: 02.10.2014.
- Kneif Tibor: Rock in den 70ern. Jazzrock, Hardrock, Folkrock und New Wave. Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, Reinbek bei Hamburg; 1980.
- Kromer, Eberhard: Wertschöpfung in der Musikindustrie. Zukünftige Erfolgsfaktoren bei der Vermarktung von Musik. Verlag Reinhard Fischer, München; 2008.
- Kusek, David/ Leonhard, Gerd (Hg.): Die Zukunft der Musik. Warum die Digitale Revolution die Musikindustrie retten wird. Musikmarkt Verlag, München; 2006.
- Maack, Benjamin: „Erfinder des Plattencovers. Der mit den Farben tanzte“, <http://www.spiegel.de/einestages/erfinder-des-plattencovers-a-948601.html>, Zugriff: 30.10. 2014.
- Mayr, Franz Wilhelm: Die Subkultur der Hippies. Eine Gegenbewegung zur Moderne. edition pro mente, Linz; 2000.
- Metzger, Rainer: Swinging London. Kunst und Kultur in der Weltstadt der 60er Jahre. Deutscher Taschenbuch Verlag, München; 2011.
- Ochs, Michael: Classic Rock Covers. TASCHEN GmbH, Köln; 2001.
- Osborne, Dr, Richard: „Vinyl: A History of the Analogue Record: A History of the Analogue Record. The Fall and Survival of Vinyl“, <http://books.google.at/books?id=1KLSpJKckl8C&pg=PT101&lpg=P>

[T101&dq=Oil+Embargo+Vinyl&source=bl&ots=EhixuCHU9r&sig=G
uCTJmPDir8q](https://www.youtube.com/watch?v=SroBhbrgBTM), Zugriff: 05.01.2015.

- O.N.: "Album Cover Art History – Photography Era – Part 2 of 3",
<https://www.youtube.com/watch?v=SroBhbrgBTM>, Zugriff:
31.12.2014.
- O.N.: "The Internet Beatles Album, The Sgt. Pepper's Album",
<http://www.beatlesagain.com/btsqtppr.html>, Zugriff: 29.12.2014.
- O.N.: „Die 500 besten Alben aller Zeiten“,
<http://www.discogs.com/lists/Die-500-besten-Alben-aller-Zeiten/164571?page=1>, Zugriff: 29.12.2014.
- O.N.: "The Joy of Disco",
<https://www.youtube.com/watch?v=4zQpMnU6N4o>, Zugriff:
02.10.2014.
- O.N.: "When albums ruled the world",
<https://www.youtube.com/watch?v=Em4kpy1YuNQ>, Zugriff:
06.01.2015.
- Paytress, Mark: Die Geschichte der Rockmusik. Parragon Books.
Realisation der deutschen Ausgabe: trans texas publishing, Köln;
2013.
- Pias, Claus/ Vogl, Joseph/ Engell, Lorenz/ Fahle, Oliver/ Neitzel,
Britta (Hg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien
von Brecht bis Baudrillard. 5. Auflage, Deutsche Verlags-Anstalt
GmbH, Stuttgart; 1999.
- Raul: „Led Zeppelin II Album Cover Based Off A Photo Of The Fa-
mous German Pilot "The Red Barron", 2011,
[http://www.feelnumb.com/2011/02/17/led-zeppelin-ii-album-cover-
based-of-a-photo-of-german-pilot-the-red-barron/#lightbox/1/](http://www.feelnumb.com/2011/02/17/led-zeppelin-ii-album-cover-based-of-a-photo-of-german-pilot-the-red-barron/#lightbox/1/),
Zugriff: 01.01.2015.
- Raulet, Gérard/ Schmidt, Burkhardt (Hg.): „Vom Parergon zum La-
byrinth: Untersuchungen zur kritischen Theorie des Ornaments“,
Böhlau Verlag Ges.m.b.H. und Co. KG, Wien-Köln-Weimar; 2001,
[http://books.google.at/books?id=-
NWAdrvtgumC&pg=PA115&lpg=PA115&dq=theodor+adorno+musi
k+waren%C3%A4sthetik&source=bl&ots=xWLktvj2J9&sig=YVcxUK
JDRQH97MGAHVmFqRMd3ZM&hl=de&sa=X&ei=bpxaVJTIONLds
ASihIDIAQ&ved=0CCEQ6AEwAA#v=onepage&q=theodor%20ador
no%20musik%20waren%C3%A4sthetik&f=true](http://books.google.at/books?id=-NWAdrvtgumC&pg=PA115&lpg=PA115&dq=theodor+adorno+musi
k+waren%C3%A4sthetik&source=bl&ots=xWLktvj2J9&sig=YVcxUK
JDRQH97MGAHVmFqRMd3ZM&hl=de&sa=X&ei=bpxaVJTIONLds
ASihIDIAQ&ved=0CCEQ6AEwAA#v=onepage&q=theodor%20ador
no%20musik%20waren%C3%A4sthetik&f=true), Zugriff:
09.11.2014.
- Reagan, Kevin: Alex Steinweiss. With an introduction by Steven
Heller. Taschenverlag, Köln; 2011.

- Sandner, Wolfgang: Rockmusik. Aspekte zur Geschichte, Ästhetik, Produktion. B. Schott's Söhne, Mainz; 1977.
- Scapelliti, Christopher: "Guide to the Recording and Instruments Featured on The Beatles' 'Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band'", <http://www.guitarworld.com/guide-recording-equipment-and-instruments-featured-beatles-sgt-peppers-lonely-hearts-club-band>, Zugriff: 08.10.2014.
- Schramm, Holger: Handbuch Musik und Medien. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz; 2009.
- Schulze, Holger (Hg.) Sound Studies: Traditionen – Methoden – Desiderate. Eine Einführung. Transcript Verlag, Bielefeld; 2008.
- Seifert Jürgen: More than 50 years. Die Geschichte der Rock- und Popmusik. Books on Demand GmbH, Norderstedt; 2007.
- Simone, Catherine: „Ode an die Rille. 60 Jahre Vinylplatte und kein Ende in Sicht“, 2008, <http://www.tagesspiegel.de/kultur/pop/ode-an-die-rille-60-jahre-vinylplatte-und-kein-ende-in-sicht/1261944.html>, Zugriff: 05.01.2015.
- Spengler, Peter: Rockmusik und Jugend. Bedeutung und Funktion einer Musikkultur für die Identitätssuche im Jugendalter. Extrabuch Verlag, Frankfurt (Main); 1985.
- Spiegel, Josef: Sound & Vision. Schallplattencover. Von der Verpackung zu Kunst und Design. Telos Verlag Dr. Roland Seim, Münster/Westf.; 2013.
- Spiegel, Josef: "Oops": Kunst auf Plattencovern ; Katalog zur Ausstellung und zum Projekt ; [erschieden zur Ausstellung "Oops - Kunst auf Plattencovern" im Rahmen des landesweiten Jugendkulturprojektes "News for youth" des Kultursekretariats NRW Gütersloh], Verlag Schöppingen : Stiftung Künstlerdorf Schöppingen; 2002.
- Stolberg, Lutz: Das Oldie-Buch – Die 80er. Projekte-Verlag Cornelius GmbH, Halle; 2011.
- Thorgerson, Storm/ Powell, Aubrey (Hg.): One Hundred Best Album Covers. Dorling Kindersley Limited, London; 1999.
- Thorgerson, Storm/ Dean Roger: The Album Cover Album. Introduced by Dominy Hamilton. Edition Olms AG Zürich, Zürich; 2008.
- Van Zandt, Steven: Rolling Stone. Die 500 Besten Alben Aller Zeiten. Deutsche Ausgabe, White Star Verlag GmbH, Wiesbaden; 2008.

- Warhol, Andy: The Record Covers 1949-1987. The Montreal Museum Of Fine Arts. Prestel Verlag, München; 2008.
- Wilkening, Mathew: "46 Years Ago: Jimi Hendrix's Album Cover Banned", 2014, <http://ultimateclassicrock.com/jimi-hendrix-banned-cover/>, Zugriff: 29.12.2014.
- Willis, Paul: Profane Culture. Rocker, Hippies: Subversive Stile der Jugendkultur. Aus d. Engl. Von Sibylle Koch-Grünberg. Syndikat Autoren- und Verlagsgesellschaft, Frankfurt am Main; 1981.

6. Abstract

Der Schwerpunkt dieser Arbeit liegt in der mediengeschichtlichen Entwicklung der Schallplatte und deren Verpackung, dem Albumcover.

In der Untersuchung wird der zeitliche Rahmen, chronologisch, von der Erfindung des Grammophons von Emil Berliner (1887) und dem 1. Plattencover der Geschichte von Alex Steinweiss (1940), bis hin zur digitalen Revolution Ende der 90er Jahre, in der beide Medien bereits an Bedeutung verloren haben, behandelt. Dabei wird aus jeder Epoche, mindestens ein Plattencover der Rock- und Popgeschichte analysiert, wobei speziell auf die sozialen-, gesellschaftlichen- und ökonomischen Bedingungen des jeweiligen Zeitabschnittes eingegangen wird. (Hauptaugenmerk wird dabei vor allem auf die Ästhetik und die Botschaft des Covers in den diversen Musikgenres gelegt: Folk Rock, Acid Rock, Hard Rock, Fusion, Motown...) In den vergangenen 50 Jahren war die Musikkultur noch in ihrer Entstehung. Plattencover dienten als Medien und reflektierten den Geist dieser Zeit. Heutzutage haben sich die Musikmedien der modernen, schnelllebigen Zeit angepasst. Durch die technische Entwicklung, dem Internet und den diversen Download-Portalen, hat sich sowohl die Hörerfahrung als auch die Vermarktung von Musik verändert. Es herrscht ein deutlicher Verlust an Bildhaftigkeit von Musik, bei der das Cover in der materiellen Form nicht mehr von Belang ist. Der Musikmarkt ist übersättigt und seit den 90er Jahren hat sich kommerzielle Musik nur langsam weiterentwickelt, wobei „Stars“ kommen und gehen.

Dennoch geht die Entwicklung zurück zum Ursprung. Die Schallplatte und deren Artwork erfahren wieder an Zuspruch. Diese Arbeit möchte beweisen, warum das Cover als Medium in der Vergangenheit für die Gesellschaft so wichtig war und in der Zukunft immer noch ist.

The emphasis of this work is on the media-historical development of the vinyl-record and its package, the album-cover. The timeframe of the exploration, in chronological order, covers the invention of the Gramophone from Emil Berliner (1887) and the first ever record cover of history from Alex Steinweiss (1940), as well as the digital revolution, at the end of the 90s, where both mediums lost their importance. Therefore, out of each era, not less than one record-cover of the rock- and pop-history is analysed, whereas especially the social-, socio-cultural- and the economical terms of the particular era is discussed. (Main focus is on the aesthetics and the message of the cover in the diverse musical genres: Folk Rock, Acid Rock, Hard Rock, Fusion, Motown...) In the past 50 years the musical culture developed. Record-covers served as a medium and reflected the spirit of the times. Nowadays music-media accommodated to the modern and fast way of living. Because of the technical evolution, the internet and the different kinds of download-portals, the way of listening to music changed as well as its marketing. There is a loss in the vividness of music, and the cover is not longer needed in its physical form. The music market is supersaturated and since the 90s commercial music only made slowly progress, whereby "stars" come and go. Nevertheless, the development goes back to the basics. The record as well as its cover enjoys popularity again. This work wants to proof, why the cover and the record as a medium was so important in the past and is still in the future.

7. Lebenslauf

Persönliche Daten:

Vorname: Patricia

Zuname: Hillinger

Geburtsdatum: 18.04.1988

Ausbildung:

1994 - 1998: Volksschule Reichenau

1998 - 2007: Gymnasium & Realgymnasium Sachsenbrunn, Erzdiözese-Wien (Abschluss: Matura)

2007 - 2015: Diplomstudium der Theater-, Film- und Medienwissenschaft an der Universität Wien

Berufserfahrung:

2009 - 2013: PR Assistentin (Schwerpunkt Onlinepromotion), TSM PROMOTION UK für Cornerstone (Rock/ Pop)

Jan. 2013 - Juni 2013: Radio- Moderation und Redaktionsarbeit bei Radio Sol 95.5 (Bad Vöslau)

2014: Regieassistentz bei Prof. Helge Reindl (Sendung „Heute Leben“ ORF)