

09.02.07 → 30.09.07  
**KUNST IM QUADRAT**

Plattencover 1960 - 2005



This is a RECORD COVER. This writing is the DESIGN upon the record cover. The DESIGN is to help SELL the record. We hope to draw your attention to it and encourage you to pick it up. When you have done that maybe you'll be persuaded to listen to the music - In this case XTC's Go 2 album. Then we want you to BUY it. The idea being that the more of you that buy this record the more money Virgin Records, the manager Ian Read and XTC themselves will make. To the aforementioned this is known as PLEASURE. A good cover DESIGN is one that attracts more buyers and gives more pleasure. This writing is trying to pull you in much like an eye-catching picture. It is designed to get you to READ IT. This is called luring the VICTIM, and you are the VICTIM. But if you have a free mind you should STOP READING NOW! because all we are attempting to do is to get you to read on. Yet this is a DOUBLE BIND because if you indeed stop you'll be doing what we tell you, and if you read on you'll be doing what we've wanted all along. And the more you read on the more you're falling for this simple device of telling you exactly how a good commercial design works. They're TRICKS and this is the worst TRICK of all since it's describing the TRICK whilst trying to TRICK you, and if you've read this far then you're TRICKED but you wouldn't have known this unless you'd read this far. At least we're telling you directly instead of seducing you with a beautiful or haunting visual that may never tell you. We're letting you know that you ought to buy this record because in essence it's a PRODUCT and PRODUCTS are to be consumed and you are a consumer and this is a good PRODUCT. We could have written the band's name in special lettering so that it stood out and you'd see it before you'd read any of this writing and possibly have bought it anyway. What we are really suggesting is that you are FOOLISH to buy or not buy an album merely as a consequence of the design on its cover. This is a con because if you agree then you'll probably like this writing - which is the cover design - and hence the album inside. But we've just warned you against that. The con is a con. A good cover design could be considered as one that gets you to buy the record, but that never actually happens to YOU because YOU know it's just a design for the cover. And this is the RECORD COVER.

**Kunst im Quadrat: Plattencover 1960 – 2005** Die Schallplattenhülle bildet in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts eine markante Schnittstelle zwischen Kunst und Musik. Seit den späten 1950er Jahren entwickelte sich die Covergestaltung zum Marketinginstrument. Gern greift man dabei auf berühmte Werke Alter Meister zurück, zitierte sie wörtlich oder in Gestalt einer Collage. Kern der Ausstellung sind indessen die originären Künstlerentwürfe.

So wurde es vor dem Hintergrund der *Pop Art*-Bewegung bald ungeschriebenes Gesetz, als Künstler sein Talent auch an Plattencovern zu beweisen. Andy Warhol brachte es in Sachen Coverentwürfe allein auf über 30 Arbeiten. Je mehr Persönlichkeiten wie Robert Rauschenberg, Roy Lichtenstein, Richard Hamilton, Peter Blake, Joseph Beuys, Francesco Clemente, Robert Longo, Jean-Michel Basquiat, Keith Haring oder A. R. Penck nun aktiv wurden, desto mehr löste sich das Cover von der reinen Produktgestaltung und wurde zum autonomen Kunstwerk. Ebenso in dieser Runde vertreten sind die Fotokünstler Robert Mapplethorpe, Richard Avedon, Annie Leibovitz, Helmut Newton und Anton Corbijn, ferner einige im *Comic*- bzw. *Fantasy*-Stil arbeitende Künstler wie Robert Crumb, Neon Park XIII, H.R. Giger und Daniel Johnston. Ein eigenes Kapitel beanspruchen einige Werke der Objektkunst, sog. Multiples, wie sie seit den 1980er Jahren ediert wurden.

Rund 130 legendäre Plattencover aus bislang unveröffentlichtem Privatbesitz werden in der Ausstellung präsentiert und kommentiert. Des weiteren erwarten den Besucher bemerkenswerte Memorabilia aus dem Bereich der *Pop Musik* sowie ein reiches Programm an Sonderveranstaltungen. *Zur Ausstellung erscheint ein Katalog (10,- Euro an der Museumskasse). Eröffnung: Donnerstag, 8.2.2007, 19 Uhr*

Unterstützt durch



**MUSEUM HUELSMANN BIELEFELD für Angewandte Kunst & Design** Ravensberger Park 3, D-33607 Bielefeld, Telefon (0521) 51 37 67, Telefax (0521) 51 37 68, [info@museumhuelsmann.de](mailto:info@museumhuelsmann.de) **Öffnungszeiten** Dienstag – Samstag, 14 – 18 Uhr, Sonntag 11 – 18 Uhr. **Öffentliche Führungen** sonntags 11.30 Uhr, an den Feiertagen bitte erfragen. Für Gruppen auf Anfrage auch außerhalb der Öffnungszeiten.