

# Inhalt

---

<b>1. Einleitung: Typografie-Experimente im Szene-Format</b> .....	7
<b>2. Poptypografie, Layoutoberflächen, Literaturformate</b> .....	21
2.1 Oberflächenästhetik als Layout-Emphase: LPs, Magazine, Bücher .....	23
2.2 »[D]en Rahmen [...] in die Gescheitheit aufsprengen«: Parerga, Paratexte .....	36
2.3 Typografie und Autorschaft: »der Textperformator« .....	45
2.4 Buchkörper als Material: Buch- und Verlagsplastiken .....	53
2.5 »pop forms« vs. kulturindustrielle Formate: Glossy- und Pulp-Magazines, Taschenbücher .....	61
2.6 »Instant steal!«: Ästhetik der Xerox-Fotokopiertechnik .....	74
2.7 »But today we collect ads«: »Pop« und Werbeoberflächen .....	80
<b>3. Fluchtlinien der typografischen Oberfläche</b> .....	87
3.1 Typografische Prätexte des 1960er->Pop« .....	88
3.1.1 Vorreiter März Verlag: »der Verleger als Typograf« .....	93
3.1.2 »Psychedelisches Layout«: »Hippie«-Typografien im Buchformat .....	100
3.1.3 »Colorful, appealing – gay!«: Fleckhaus' <i>twen</i> und <i>edition suhrkamp</i> .....	113
3.1.4 <i>New Journalism</i> : Buch, Magazin, Typografie .....	120
3.2 Ein paradoxes Erbe: »Pop«- und Avantgardetypografien .....	125
3.2.1 »Coverkunst«: Peter Saville und die Futuristen .....	127
3.2.2 Typografie in Zeitschriften: <i>Merz</i> , El Lissitzky und <i>Elaste</i> .....	132
<b>4. Typografische Oberflächenästhetik: »Pop« und Zeitschriften</b> .....	137
4.1 »Punk«-Fanzines: Dilettantische Layouts .....	138
4.1.1 »Das Heft im Heft«: Goetz' <i>Der Sprengreiter</i> .....	141
4.1.2 Oberflächen recycling: Krachts <i>Yellow Eddie</i> , <i>Mode &amp; Verzweiflung</i> /F.S.K. ....	145
4.2 Frühe Pop- und »Zeitgeist«-Zeitschriften: Aufwändiges Layout, Großformate .....	155
4.2.1 »INTELLEGAZINES«: Goetz' Layout-Polemiken in <i>Spex</i> .....	156
4.2.2 Prätext <i>Interview</i> : Warhol in <i>Elaste</i> .....	163
4.2.3 Redaktionelle Inhalte vs. Anzeigen: KKG, <i>Elaste</i> , <i>Grüße &amp; Anzeigen</i> .....	166
4.2.4 Klatschspalten und Pop: März, <i>Kid P</i> , <i>Jäger &amp; Sammler</i> .....	174

4.3	Zeitgeist groß aufgelegt: Layout- und Formatnormierung in <i>Spex</i> , <i>Wiener</i> , <i>Tempo</i> .....	181
<b>5.</b>	<b>Buchformate im ›Pop‹-Layout: Strategien der Übersetzung</b> .....	189
5.1	Taschenbuch-Reihen etablierter Verlage.....	191
5.1.1	Fanzines in Buchform: <i>rororo panther</i> vs. Selbstverlag?.....	195
5.1.2	»edition suhrkamp-zombies«: <i>Spex</i> , Suhrkamp, KiWi .....	201
5.2	›Pop‹ und Konsumoberflächen: Buchumschläge, Werbetext, Logo .....	208
5.3	Buchförmige Werbung für KiWi: <i>Hundert Hundertste Seiten</i> .....	213
5.4	Buchplastiken: Kippenbergers »Verlags-Look-Appropriationen« .....	219
5.5	›Geniale Dilletanten«: ›Punk‹ im Merve-Verlag .....	224
<b>6.</b>	<b>Reisen der Oberflächenästhetik im Buch- und Zeitschriftenformat</b> .....	235
6.1	Buchverpackungen <i>revisited</i> : Cover, Umschläge, Schubser .....	236
6.2	Anzeigen-Peritexte: KiWi, Suhrkamp, <i>Tempo</i> , <i>Der Freund</i> .....	247
6.3	›Schimmernder Dunst«: Spiegelfoliencover mit <i>stock footage</i> .....	256
<b>7.</b>	<b>Fazit: Verpackungen, Oberflächen, Negative Dialektik?</b> .....	265
	<b>Literatur</b> .....	271
	<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	305
	<b>Dank</b> .....	311