



Holger Ziemann



Icons |
Bildzeichen verstehen
und gestalten

Inhalt

Einleitung

Vorwort Norbert Möller	6
Zum Buch Holger Ziemann	10
GRUNDLAGEN	14
Alltag und Nutzen	14
Kontext und Form	21
Einsatz und Bewertung	24
Rezeption und Grenzen	26

Bildzeichen verstehen

BILDZEICHEN	31
Definitionen	31
Zeichenbegriff	34
➤ <i>Exkurs – Isotype</i>	38
Kriterien für grafische Symbole	40
KOMMUNIKATION	45
Signal und Information	46
Code und Codierung	48
Bildzeichen verstehen	49
SEMIOTIK	54
Das semiotische Dreieck	57
Semantik, Syntaktik und Pragmatik	58
MEDIEN	66

Bildzeichen gestalten

INHALT, KONTEXT UND FORM	72	Fazit	230
INHALT UND KONTEXT	76	Quellenverzeichnis	232
Motivwahl	79	Links	234
Genormte und etablierte Bildzeichensysteme	83	Abbildungsnachweis	235
Orientierung im physischen und digitalen Raum	84	Impressum	236
➤ <i>Exkurs – Don Norman</i>	88		
Medium	93		
FORM	102		
Erfahrung und Wahrnehmung	105		
Stilistik	113		
➤ <i>Best Practice</i>	123		
➤ <i>Exkurs – Otl Aicher</i>	150		
Gestaltgesetze	153		
Farbe	159		
Abstraktionsgrad	167		
Geometrie und Grundaufbau	177		
Raster	185		
Optischer Ausgleich	195		
Systematik	199		
Typografie	207		
Interaktion und Animation	219		

Die meisten Bildzeichen, wie etwa im Straßenverkehr, registrieren wir nur unbewusst, wenn sie uns Hinweise geben, Ver- oder Gebote anzeigen. Wir erkennen diese Botschaften und handeln entsprechend – das heißt, wir decodieren die Kommunikationsabsicht gemäß unseren Vorkenntnissen und leiten aus ihr Handlungen ab oder konstruieren daraus Informationen.* Ist dies der Fall, erfüllen grafische Symbole ihren Zweck als Informationsträger und schaffen Orientierung im physischen sowie virtuellen Raum. Finden wir aber die Schließfächer am Bahnhof nicht oder haben wir Schwierigkeiten, Bildzeichen zu decodieren, verlieren sie ihren Nutzen und ihre Funktion.

Dem Decodieren durch Rezipienten geht immer ein bewusster Codierungsvorgang voraus. Diesen gilt es seitens der Gestalter:innen im Hinblick auf die Botschaft so eindeutig wie möglich zu gestalten. Gelingt die Kommunikation nicht, müssen wir uns fragen, worin die gestalterischen Ursachen liegen und uns dabei vor Augen führen, dass man die Spielräume in Bezug auf Gestaltung und Erkennbarkeit so eingrenzt, dass Kommunikation gelingen kann.

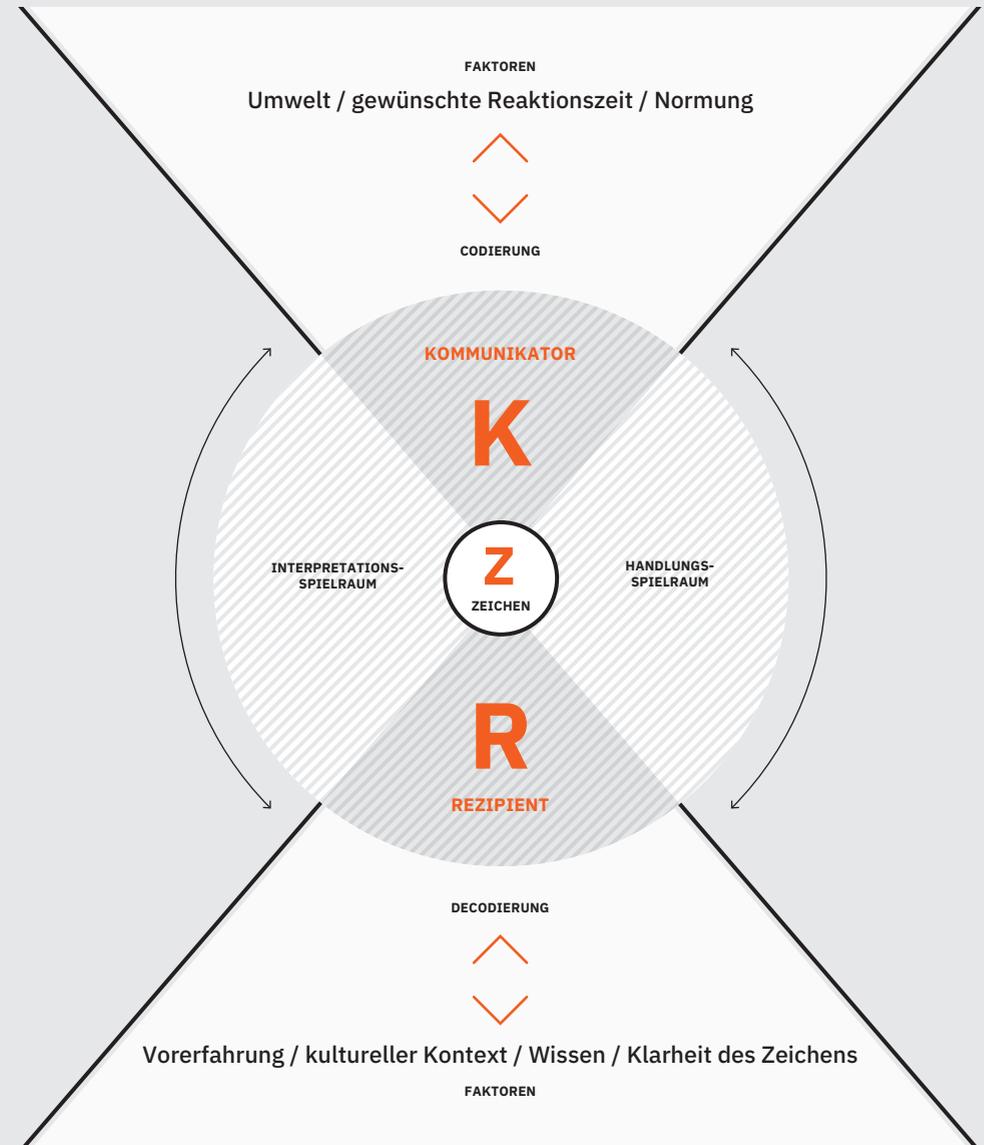
Bildzeichen für Steckdosen



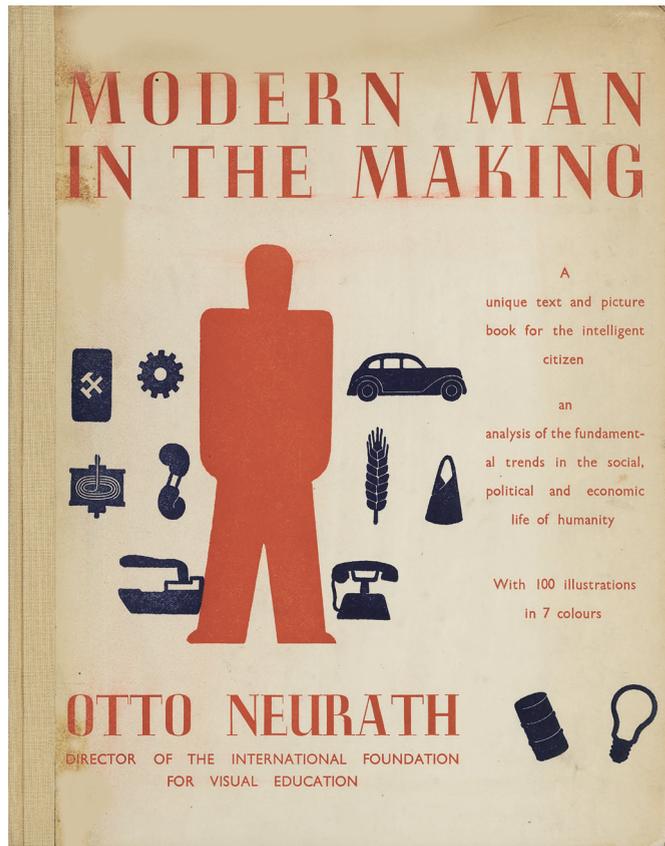
Ob wir die oben stehenden Bildzeichen als Gesichter oder als Hinweise auf Rasierer und Steckdosen verstehen, hängt von unserem Vorwissen und dem Kontext ab.

* Der Konstruktivismus als Erkenntnistheorie geht davon aus, dass wir auf der Basis einer persönlich konstruierten Wirklichkeit Erkenntnisse gewinnen und Informationen aus z.B. Bildzeichen gewinnen. Somit gibt es keine objektive Wirklichkeit, vielmehr basiert sie auf unseren gemachten Erfahrungen, kulturellen und sozialen Zusammenhängen.

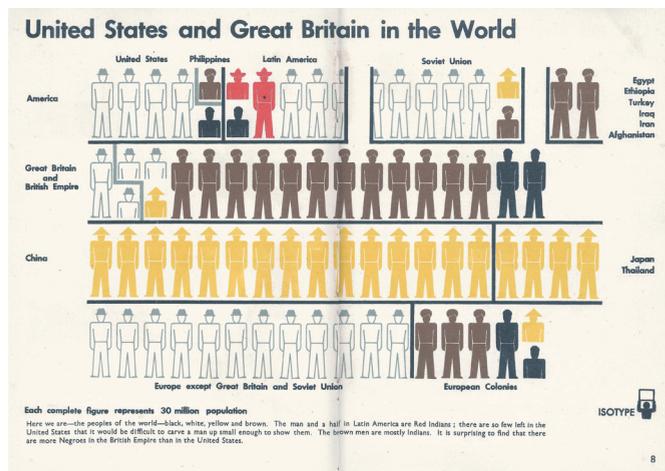
Handlungs- und Interpretationsspielraum



Jedes Bildzeichen bietet Interpretations- und Handlungsspielräume in der Codierung und Decodierung, abhängig von verschiedenen Faktoren. Diese Spielräume gilt es als Gestalter:in durch z. B. die Motivwahl so weit einzugrenzen, dass Kommunikation eindeutig gelingen kann.



Otto Neuraths »Modern Man in the Making« stellt den Höhepunkt in der Beschäftigung mit Sozialstatistik dar. Zusammen mit seiner späteren Frau Marie Reidemeister und dem Grafiker Gerd Arntz entstanden Schautafeln zu heute noch relevanten Themen wie beispielsweise Globalisierung, Krieg und Wirtschaft oder Emigration.



In der Darstellung bzw. Stilistik mögen einige der von Gerd Arntz entwickelten Zeichen überholt wirken, die zugrunde liegenden Prinzipien sind aber weiterhin gültig und finden in der Form auch heute noch Anwendung. Die schematisierte Darstellung, der gleichzeitig hohe Ikonizitätsgrad der Gegenstände und Kombinationsmöglichkeiten bilden auch heute noch die Basis für eine gute und stringente Gestaltung von Bildzeichen und Systemen.

↗ **Exkurs – Isotype**

Mit der Entwicklung der Wiener Methode der Bildstatistik legten Otto Neurath und sein Team ab 1925 den Grundstein für eine systematische, ikonografische Darstellungsform von Informationen, die er ab 1934 in ISOTYPE (International System Of Typographic Picture Education) umbenannte. Er ging dabei davon aus, dass die modernen Menschen »einen großen Teil ihres Wissens und und ihrer allgemeinen Bildung durch bildhafte Eindrücke, Illustrationen, Lichtbilder, Filme« aufnehmen. Ziel war eine Demokratisierung des Wissens, sodass jeder interessierte Mensch über ökonomische und soziale Zusammenhänge wie zum Beispiel Produktion, Warenhandel, Sterblichkeit, Arbeitslosigkeit oder Ernährungsweisen unterrichtet werden konnte. Die Darstellung nach Mengen und die damit verbundene Anzahl grafischer Symbole sollten einen einfachen Zugang gewährleisten und abstrakte Zahlen in wahrnehmbare Verhältnisse umwandeln. Denn, so Neurath, »vereinfachte Mengenbilder sich merken ist besser als genaue Zahlen vergessen«. Dabei sollte es durch die eindeutige Darstellung möglich sein, auf beschreibende Texte und Erklärungen zu verzichten.

Um dieses Ziel zu erreichen, wurde neben einem Bildlexikon auch eine Systematik zur Kombination einzelner Piktogramme entwickelt. Die angestrebte Transformation von Zahlen zu Zeichen gelingt durch eine stark vereinfachte Darstellung, die in der Stilistik einheitlich sein musste, um einen Wiedererkennungswert zu schaffen und innerhalb einer Serie untereinander kombinierbar zu sein. Details oder irrelevante Informationen sollten ausgeschlossen werden, um Klarheit zu schaffen. Die Kombinationen folgen einer didaktischen, logischen Systematik, die Rezipienten lernen und auf diverse Sachverhalte übertragen können. Dabei verzichtet Neurath aber auf die Entwicklung einer strikten Grammatik und damit auf eine Einschränkung im Sinne der Kombinationsmöglichkeiten. Das Buch »Modern Man in the Making« aus dem Jahr 1939 zeigt auf über 150 Seiten gesellschaftlich relevante Zusammenhänge in einer einfachen und prägnanten Form und visualisiert Themen wie Globalisierung, Entwicklung der Population oder Migration.

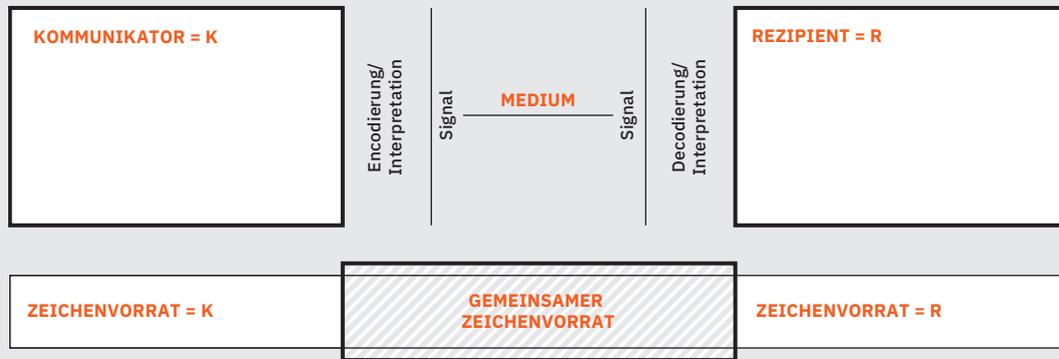
Gerd Arntz, als Leiter der grafischen Abteilung des Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseums (GWM) unter der Leitung von Otto Neurath, gilt in diesem Zusammenhang als der Erfinder des modernen Piktogramms. Er entwickelte über 4.000 Symbole, die in ihrer Reduktion auf wesentliche, unterscheidbare Merkmale einfach zu verstehen sind. Damit hat er eine Bildsprache geschaffen, die auch heute noch in ihrer Klarheit Zusammenhänge erklären und auf eine einfache Art und Weise verbildlichen kann. Entscheidend ist in dem Zusammenhang die einheitliche, ikonische Darstellungsform. Neurath selbst sagte zur Systematik: »Es ist nicht gleichgültig, ob Bildtafeln einheitlich oder uneinheitlich gestaltet sind. Es verwirrt den Beschauer, wenn auf einer Darstellung andere Formen gewählt sind als auf der nächsten, um dasselbe zu zeigen!«⁶ So sieht er die entwickelten Bilder als »Teil eines großen Bilderbuchs oder einer Enzyklopädie, denn alle Bilder müssen zueinander passen«⁷.

Weiterlesen:

- ↗ Otto Neurath, *From Hieroglyphics to Isotype: A Visual Autobiography*.
- ↗ Frank Hartmann, *Bildersprache: Otto Neurath, Visualisierungen*.
- ↗ Marie Neurath, *Die Transformierer: Entstehung und Prinzipien von Isotype*.

⁴ Vgl. Hartmann, 2006, S. 26.
⁵ Vgl. ebd., S. 29.
⁶ Otto Neurath, 1926, zit. nach Gesammelte bildpädagogische Schriften Bd 3, 1991, S. 47.
⁷ Vgl. wie 4, S. 67.

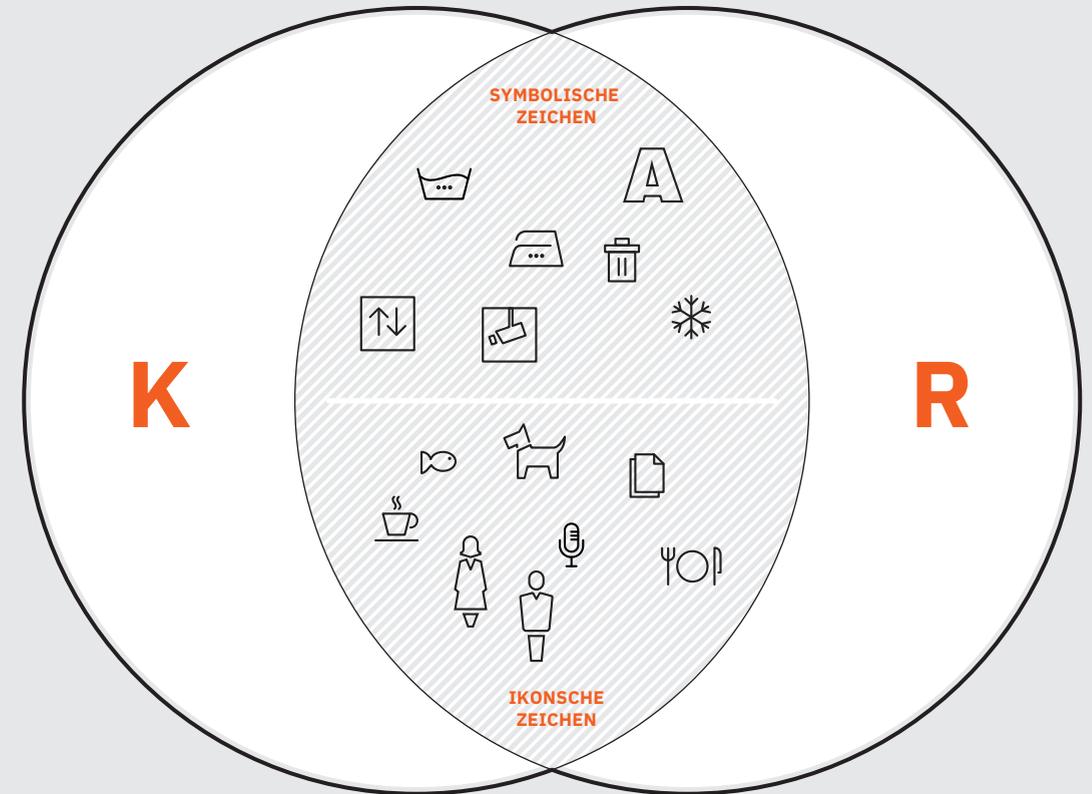
Kommunikationsmodell
nach Aufermann (1971)



Festzuhalten ist, dass man diesen Zeichenvorrat erlernen muss – seien es Verkehrsschilder oder Piktogramme auf Wegeleitsystemen in Gebäuden oder im öffentlichen oder virtuellen Raum – und wir ihn nicht als gegeben voraussetzen können. Greifen wir in der Motivwahl auf bekannte Bildzeichen zurück, von denen wir glauben, dass sie in der Bedeutung entweder genormt sind oder als allgemeingültig vorausgesetzt werden können, sind wir auch in der Stilistik freier. Bei neuen Zeichen oder einer Umdeutung müssen wir erst einen Kontext schaffen, der die Interpretation und Erlernbarkeit möglich macht.

Zusammengefasst bedeutet dies, dass Interpretationsspielräume durch unterschiedliche oder ähnliche Bedeutungszuschreibungen seitens der Sender und Empfänger entstehen. Diese Zuschreibung kann kulturell geprägt sein und orientiert sich am Erfahrungshorizont – und somit dem Zeichenvorrat – der Kommunizierenden. Zusätzlich zur reinen Motivwahl spielen die Darstellungsqualität und damit die Erkennbarkeit eine Rolle sowie die Platzierung am »richtigen Ort«, also innerhalb des Kontexts. Die fehlende Feedbackmöglichkeit, wie es in einem Dialog der Fall wäre, schafft zusätzlich die Notwendigkeit, sich in die Lage der Rezipienten hineinzuversetzen, die möglichen Interpretationen zu antizipieren und im besten Fall auch zu testen.

Zeichenvorrat



Der Zeichenvorrat besteht aus unterschiedlichen Zeichentypen: dem Alphabet als sehr abstraktes Zeichensystem, anderen symbolische Zeichen sowie ikonischen Zeichen. Für Kommunikatoren und Rezipienten entscheidet eine gleiche oder ähnliche Bedeutungszuschreibung über das Gelingen der Kommunikation.



Semantik, Syntaktik und Pragmatik

Die von Charles W. Morris beschriebenen Dimensionen Semantik, Syntaktik und Pragmatik schaffen einen konkreten Rahmen für die Betrachtung und Analyse semiotischer gestalterischer Prozesse. Dabei stellt er nicht einzelne Wahrnehmungskategorien in den Vordergrund, sondern stellt den konkreten Bezug zwischen den einzelnen Elementen her, um hieraus Verhalten ableiten zu können. Wir folgen an dieser Stelle der Kategorisierung in drei Bereiche, um sie in eine konkrete Beziehung mit dem semiotischen Dreieck bzw. dem Objekt, dem Zeichenträger und der Bedeutung zu stellen. Grundsätzlich weist jedes Bildzeichen diese drei Dimensionen auf. Nehmen wir an dieser Stelle einmal ein Rauchverbotschild:

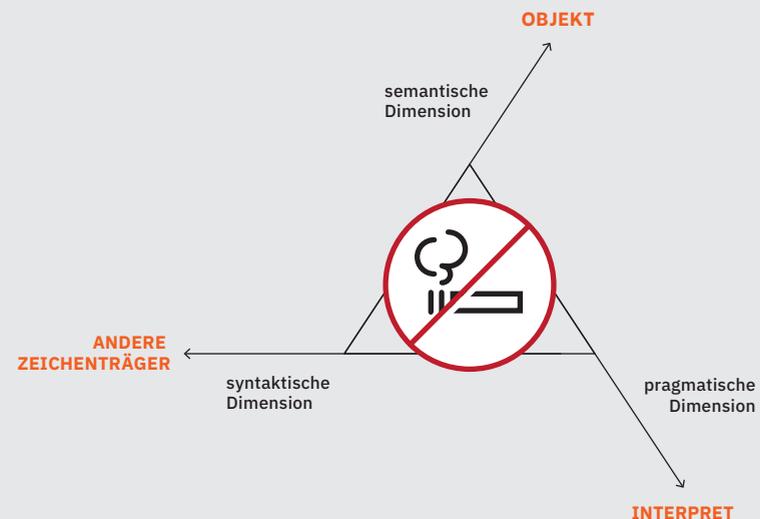
Semantik: Zigarette, roter Rahmen, Durchstreichung

Syntaktik: Zigarette und Durchstreichung

Pragmatik: Rauchen verboten

Das Modell der Zeichenrelation

nach Morris (1939/1977)



Die Zeichenrelationen beziehen sich immer auf die drei Hauptbezüge bzw. Dimensionen und damit auf das Verhältnis zueinander.

SEMANTISCHE ASPEKTE

Die Semantik beschreibt die inhaltlichen Faktoren und damit die Motivwahl auf der einen Seite und die Rezeption auf der anderen – also die Beziehung zwischen Zeichen und Bedeutung. Jeder formale Aspekt stellt hierbei eine semantische Einheit des Zeichens dar, wie wir an dem Beispiel auf der vorangehenden Seite gesehen haben. Damit die Kommunikation gelingen kann, sind unterschiedliche Abhängigkeiten zu beachten. Zum einen der im vorigen Kapitel beschriebene Zeichenvorrat der Kommunikanten, der die Motivwahl wesentlich beeinflusst, sowie andere kontextabhängige Elemente. Dies können andere Zeichen sein, die konkrete Umgebung oder kulturelle Gegebenheiten.

Bildzeichen bestehen oftmals aus mehreren semantischen Einheiten. Wir nehmen einmal das nebenstehende Bildzeichen: Es besteht sowohl aus den Einheiten Hand, Knopf und Feuer sowie der Signalfarbe Rot. Räumlich befindet es sich immer in Nähe des Knopfes. So sind in diesem Beispiel das Motiv bzw. die Motive als jeweilige semantische Einheiten zu sehen, gleichsam aber auch die Farbe Rot, die rechteckige Form und die Raumsituation.



Die Raumsituation ist dahingehend entscheidend, da sie uns visuelle Anhaltspunkte zur Orientierung in der Situation gibt. In der Filmtheorie spricht man auch vom semantischen Raum, der Rezipienten Interpretations- bzw. Handlungsspielräume durch Gegenstände oder Wahrnehmungsanordnungen eröffnet. Schaut man sich einmal eine typische Wohnzimmer Einrichtung an, so wird in den meisten Fällen das Sofa gegenüber dem Fernseher stehen oder es wird so eingerichtet sein, dass der Fernseher gut einsehbar ist. Diese spezifische Anordnung gibt Optionen, wie dieser Raum zu sehen ist und was typische Handlungen sind. An Flughäfen oder öffentlichen Gebäuden finden wir ebenso prototypische Gegenstände oder Anordnungen, die unsere Aufmerksamkeit steuern können.

Die Platzierung der Bildzeichen sollte diese Erwartungshaltung aufgreifen und stützen. Ein Beispiel dafür ist die wohl unendlich scheinende Anzahl von Varianten des Toilettenschildes. Die gegebene Situation ist klar vorgezeichnet: die Küche oder als »Privat« gekennzeichneten Türen sind für Gäste tabu und so bleibt nur noch eine beschränkte Anzahl an Optionen. Dabei ist nicht ausschlaggebend, ob es stilisierte Menschen, typografische oder bildhafte geschlechtsspezifische Klischees (etwa Stehen oder Sitzen) oder ähnliche Darstellungen stereotypischer Eigenschaften* sind.

Ein Beispiel aus dem Corporate Design: Auch der Styleguide einer Marke kann als semantischer Raum verstanden werden. Werden Zeichensysteme innerhalb eines vorgegebenen Gestaltungsrahmens entwickelt, spielen die Markenfarbe, eine vorgegebene Form- oder Zeichensprache oder andere stilistische Merkmale eine große Rolle für die Darstellung der Zeichen und der Marke, aber auch für die Wahrnehmung. Die Markenwelt ist in dem Zusammenhang als semantischer Raum zu verstehen und lenkt die Wahrnehmung der Rezipienten auf markenspezifische inhaltliche und formale Elemente. Ebenso geben alle Informationen, die Rezipienten über die Marke, das Geschäftsmodell, Produkte oder Services haben, die Möglichkeit, auch bislang unbekannte Bildzeichen einzuordnen und zu decodieren.

Neben der räumlichen Wahrnehmung spielt hier auch die zeitliche Komponente eine Rolle. Steven Skaggs spricht vom semantischen Moment, also dem genauen Punkt der Wahrnehmung grafischer Symbole in einer konkreten Situation und damit auch den vordefinierten Deutungsmöglichkeiten. Das Zeichen »Vorfahrt achten« bekommt für uns erst dann eine Bedeutung, wenn ich es an einer Kreuzung wahrnehme, und zwar auch nur zu diesem Zeitpunkt der konkreten Situation. Ein Schild entfaltet also genau dann seine gewünschte Wirkung, wenn es eindeutig zuzuordnen ist – zeitlich und räumlich. Hinweise auf eine Parkverbotszone werde ich als Fußgänger ignorieren – es sei denn, ich beabsichtige in nächster Zeit mit dem Auto zu fahren und brauche ggf. einen Parkplatz. Der Warenkorb auf einer Internetseite wird mich so lange nicht interessieren, bis ich die gewünschte Ware bestelle. Bildzeichen bleiben also ausgeblendet, bis sie nötig sind oder gesucht werden.

Semantische Einheiten



Jedes Element muss als semantische Einheit verstanden werden: Das Schild in seiner spezifischen Form als Träger, bei z. B. Verboten die rote Umrandung und Durchstreichung sowie das »eigentliche« Bildzeichen. Die Bedeutungszuschreibung erfolgt in der Gesamtheit, wobei die Interpretation auch durch ähnliche Elemente erfolgen kann.

Stereotypische Darstellungen



Zur besseren Decodierbarkeit werden nicht nur in der Darstellung der Personen oft stereotypische Zusatzzeichen verwendet, um eine kognitive Zuordnung zu ermöglichen. So wird z. B. der Stock, ähnlich wie der Dutt, immer mit Alter assoziiert, während auch die Krawatte oder die zweireihige Knopfleiste Bedeutungen haben.

* Stereotype werden hier als rein kognitive Zuordnung verstanden, die uns helfen, Dinge einzuordnen – an dieser Stelle geht es nicht um ein Werturteil.

Aus der Vielzahl der Definitionen beschreibt die folgende vielleicht am besten unsere Perspektive als Gestalter:innen. Medientheoretiker Neil Postman definiert Medien wie folgt: »Die Technik wird zum Medium, indem sie sich eines bestimmten symbolischen Codes bedient, indem sie ihren Ort in einer bestimmten sozialen Umgebung findet und indem sie in bestimmten ökonomischen und politischen Kontexten Fuß fasst.«¹⁶

Postman ordnet in seiner Definition den Medien unterschiedliche Codes zu. Diese können visuell, akustisch oder auch haptisch sein – das Papier des Buchs, der Jingle im Radio oder auch die Senderkennung im TV. Gerade in Social-Media-Kanälen finden sich über die Funktionen, wie zum Beispiel Teilen, Speichern, Weiterleiten, oder aber auch die Bilder, Texte oder Kommentare an sich unterschiedliche Arten der Codierung. Das Herz für »Gefällt mir«, das Icon des Papierfliegers für Nachrichten oder das Lesezeichen für »Speichern«, das Bild aus dem Urlaub und unterschiedliche Emoticons, um Gefühle auszudrücken. Auch das Nummernzeichen (#) als Hashtag verortet einen Beitrag in einem zeitlichen, räumlichen und inhaltlichen Kontext: innerhalb des Mediums und innerhalb des sozialen Umfelds.

Die Definition liefert uns wichtige Anknüpfungspunkte für die Gestaltung grafischer Symbole, da sie die Codierung, zum Beispiel das Bildzeichen für den Einkaufswagen auf einer Internetseite oder den stilisierten Menschen mit Schaufel auf einem Baustellenschild, direkt mit dem Medium in eine Verbindung setzt. Damit gibt uns das Medium einen direkten, orts- und objektgebundenen Kontext für das Verstehen des Bildzeichens und schränkt so den Interpretationsspielraum für Rezipienten und Gestalter:innen sinnvoll ein. Auf der anderen Seite müssen die Eigenschaften der Medien bei der Konzeption berücksichtigt und genutzt werden, um eine eindeutige Kommunikation zu ermöglichen.

Beispiele medienspezifischer Symbolik

SCHRIFT	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! , . ; \$ % & / () = ?
CHAT	    
SOCIAL MEDIA	    
VERKEHR	    
MOBILE/TABLET	   
ZINKEN	    

Während uns die oben gezeigten Beispiele, auch in einer abstrahierten Form, geläufig sind, erschließen sich Zinken nur eingeweihten Personen. Ursprünglich vom »fahrenden Volk« verwendet, dienten sie der Orientierung und Markierung von Orten, an denen »etwas zu holen« war.



Bildzeichen
gestalten



↗ Exkurs – Don Norman

Don Norman schreibt über sich selbst, er habe viele Leben gelebt: als Universitätsprofessor, Berater, Sprecher und Entscheider in der Industrie, bei unter anderem Apple und als Vice President von Hewlett Packard. Als Begründer des California Design Labs an der University of California in San Diego prägte er den Begriff des »user-centered design«, den er später zu »human-centered design« weiterentwickelte. Zur Begründung gab er an, dass Nutzer:innen (user) zwar in ihrer Rolle beschrieben werden, es aber vielmehr darauf ankomme, den Menschen mit all seinen Bedürfnissen, Fähigkeiten und seinem Verhalten zu verstehen und Dinge, Prozesse oder Interfaces so zu gestalten, dass sie dies abbilden bzw. bedienen können.

“People are so adaptable that they are capable of shouldering the entire burden of accommodation to an artefact, but skillful designers make large parts of this burden vanish by adapting the artefact to the users.”
—Don Norman

Als Mitbegründer der Nielsen Norman Group und Designforscher hatte Norman entscheidenden Anteil an der Weiterentwicklung in den Bereichen der »Mensch-Computer-Interaktion« und entwickelte sechs grundsätzliche Kriterien zur Bewertung von Produkten und Interaktionsprozessen, die im Folgenden kurz erläutert werden sollen. Der Grundgedanke ist die einfache und intuitive Bedienung eines Geräts, Computers, Produkts oder Interfaces.

1. Visibility: Nutzer:innen müssen einen Überblick über ihre Möglichkeiten bekommen, wenn sie zum Beispiel auf ein Interface schauen. Sie sollten die relevanten Möglichkeiten der Bedienung einfach und schnell erfassen können – gerade auf einer limitierten Fläche ist es eine Herausforderung, die essenziellen Optionen darzustellen. Informationen, die nicht gebraucht werden, sollten weggelassen, zu einem sinnvollen Zeitpunkt bereitgestellt oder durch klare Ikonografie (etwa Burgermenü, Pfeile o.Ä.) kenntlich gemacht werden.

2. Feedback: Jede Aktion erfordert eine Reaktion – dies gilt in besonderem Maße für Interfaces. Wir brauchen ein sichtbares, akustisches oder taktiles Signal, das anzeigt, ob die Eingabe erfolgreich war oder eben nicht. Der Ladebalken, die Fehlermeldung ebenso wie unterschiedliche Farben oder Töne veranlassen uns fortzufahren oder die Eingabe zu korrigieren.

3. Affordance: Affordance bedeutet in diesem Zusammenhang die Beziehung zwischen dem Aussehen eines Gegenstands und den Nutzungsmöglichkeiten. Nutzer:innen müssen ihre Optionen auf einen Blick erkennen können. So hat zum Beispiel ein Kaffeebecher eine hohe Affordance – man erkennt direkt, wie man ihn benutzt. Bei digitalen Anwendungen sollte direkt ersichtlich sein, wie ich an meine gewünschten Informationen komme. Die Gestaltung sollte eine intuitive Bedienung ermöglichen.



Die Erwartungshaltung an eine Kaffeemaschine ist simpel; die Art und Weise, wie sie zu bedienen ist, wird anhand der Knöpfe und der Ikonografie angezeigt. In diesem Fall visualisiert sie das gewünschte Getränk und schafft damit einen weiteren Zugang zur Information.

4. Mapping: Mapping beschreibt die Beziehung zwischen den Kontrollmöglichkeiten (zum Beispiel dem Lautstärkereglern) und der Handlung. Die Anzeige sollte den Effekt möglichst genau widerspiegeln. Der vertikale Scrollbalken zeigt Nutzer:innen genau an, wo sie sich auf der Seite befinden – die Geschwindigkeit, mit der er sich bewegt, entspricht der Geschwindigkeit, mit der sich die Seite nach unten bewegt.

5. Constraints: Physische oder digitale Einschränkungen, wie zum Beispiel beschränkte Eingabemöglichkeiten in einem Formular oder die Anzahl an Knöpfen, eröffnen Handlungsmöglichkeiten, reduzieren aber gleichzeitig die Optionen der Nutzer:innen, wodurch sie sich besser zurechtfinden können. Ein prominentes Beispiel ist die Keynote zum iPhone von 2007, in der Steve Jobs argumentierte, der offensichtliche Fehler der bis dato auf dem Markt erschienenen Smartphones sei die physische Tastatur, die nicht kontextuell angepasst werden könne.

6. Consistency: Menschen versuchen bereits erlernte Verhaltensweisen oder -muster auf »neue« Dinge anzuwenden. Um Muster zu erkennen oder zu lernen, bedarf es einer konsistenten Gestaltung – Buttons auf einer Website sollten sich grafisch ähneln oder sogar identisch sein und gleiche Reaktionen hervorrufen, um als Muster erkenn- und lernbar zu sein. Pfeile sollten (zumindest in unserer Lese-richtung) immer in die Richtung weisen, von der wir annehmen können, dass sie uns vorwärts- oder zurückbringt.

Weiterlesen:

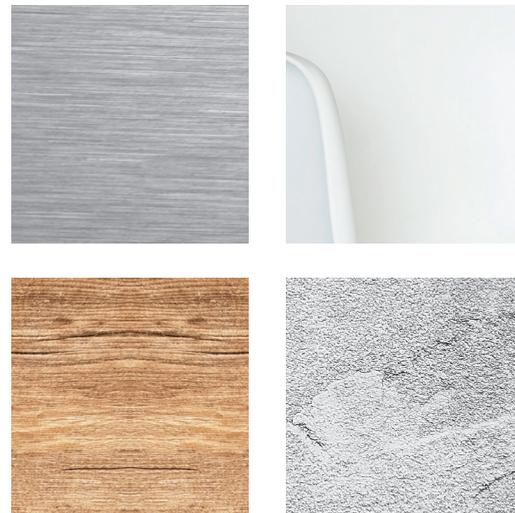
↗ Don Norman, *The design of everyday things.*

↗ lawsofux.com

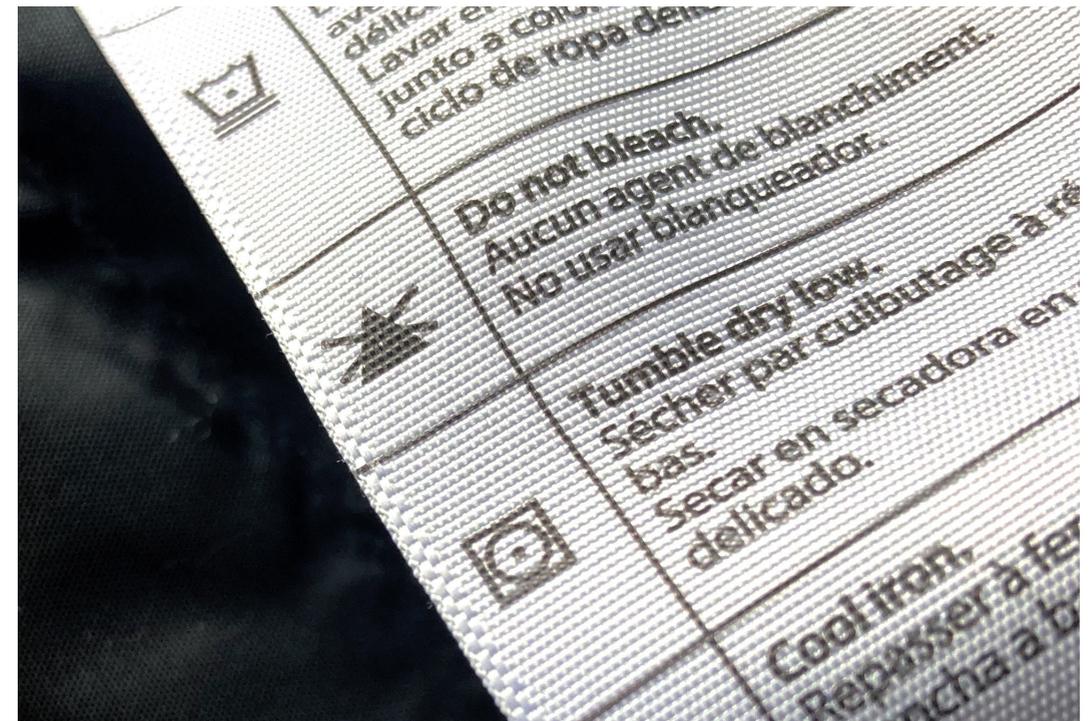
Materielle Einflussfaktoren

Viele Einflussfaktoren lassen sich im Vorfeld antizipieren oder auch einfach testen. Dies ergibt sich durch die Art und Weise, wie wir das Medium nutzen oder wie es üblicherweise genutzt wird. Die Geräuschkulisse im Bahnhof lässt sich messen, genauso wie sich Laufwege im Flughafen anhand der Architektur ergeben oder durch die Beschilderung steuern lassen. Dass in einer Ausstellung noch andere Menschen sind und vielleicht die Sicht versperren, erscheint logisch. Spiegelungen und Lichtverhältnisse lassen sich anhand von Prototypen testen und die Gestaltung dementsprechend anpassen.

Die Produktion und das verwendete Material müssen von vornherein in die Gestaltung einfließen. Wird auf Textil gedruckt? Gestickt? Wird das Motiv in Holz oder Metall gefräst? Ist das Icon groß genug, um es klicken zu können, oder ist der Kontrast auf zum Beispiel einem Tablet oder Smartphone ausreichend?



Unterschiedliche Materialien erfordern verschiedene Vorgehensweisen in der Produktion: Z. B. schließt Fräsen oder Stanzen bestimmte Darstellungen aus.



Umweltfaktoren und Produktionsweisen sollten von Anfang an mit bedacht und entsprechend in der Gestaltung berücksichtigt werden. Der Druck auf Textilien erfordert eine andere Linienstärke und einen anderen Detailgrad als die Gestaltung einer App für ein digitales Medium.

Jeglichen formalen Elementen, wie etwa der Farbe, der Form, der Typografie, werden innerhalb des Bildzeichens Bedeutungen zugeschrieben, die es zu beachten und zu gestalten gilt. Diese sogenannten semantischen Einheiten (→ S. 061) grafischer Symbole werden beim Decodierungsprozess zu einer Information zusammengesetzt und interpretiert. Die zugrunde liegenden Konventionen können beispielsweise kulturell, medial oder ortsbezogen geprägt sein.

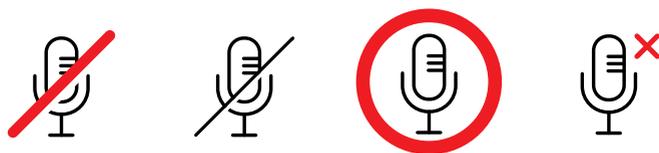
Ziel erfolgreicher Kommunikation ist immer das Auslösen einer angestrebten/erhofften Reaktion oder Handlung bezogen auf das Gesagte oder Gezeigte – ob es nun Hinweis, Gebot oder Verbot ist. Anders als gesprochene oder geschriebene Sprache sind Bildzeichen in den (darstellerischen) Möglichkeiten begrenzt. Konventionen helfen, die Absicht schnell zu erkennen und die gewünschte Handlung entsprechend auszuführen.

Darstellungen von Geboten, Verboten und Hinweisen

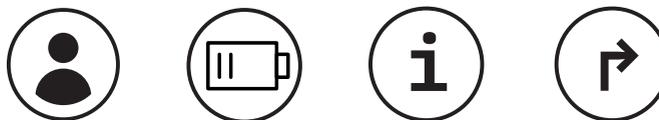
GEBOTE



VERBOTE



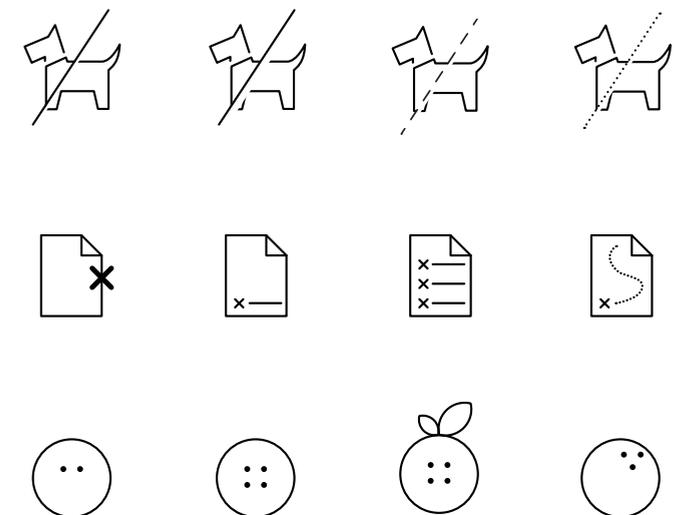
HINWEISE



Die Durchstreichung wird man immer als Verbot erkennen, genauso wie die rote Umrandung als Hinweis auf eine mögliche Gefahr. Das kleine rote Kreuz als Verbot (oder wie im Beispiel als Hinweis aus Stummschaltung) ist nur in bestimmten Kontexten sinnvoll.

Ikonografische Gestaltung sucht immer die darzustellenden Charakteristika und hebt damit die signifikanten Unterschiede der Personen oder Objekte heraus. Der Hund, das Blatt Papier, das Mikrofon auf der linken Seite sind klar an ihrer Form zu erkennen. Indexalische Zeichen (zum Beispiel die Durchstreichung) erschließen sich fast immer aus dem Kontext. In der oberen Reihe mag die durchgezogene Linie klar als Verbot zu erkennen sein, eine gestrichelte Linie würden wir außerhalb der gezeigten Beispiele vielleicht eher als Schneidelinie verstehen, die gepunktete möglicherweise als Falz. Das Kreuz in der zweiten Reihe verändert das Zeichen inhaltlich und macht daraus einen Vertrag oder eine Checkliste. Gemäß der Leserichtung von links nach rechts bekommt die Position des Pfeils eine andere, das Bildzeichen bestimmende Konnotation. Man könnte also sagen: Je unbestimmter das Hauptzeichen ist, desto stärker der Einfluss der indexalischen Zusätze.

Variation und Bedeutung



Wie immer steckt der Teufel im Detail. Bei starker Reduktion spielen jeder Punkt, jede Linie und die Anordnung eine Rolle. Je weniger Elemente mir zur Decodierung zur Verfügung stehen, desto präziser müssen sie eingesetzt werden.

Olympische Spiele, Tokio 1964



1964

Masaru Katsumie / Yoshiro Yamashita

Für das Organisationskomitee der Spiele in Tokio war es von besonderer Bedeutung, eine visuelle Kommunikation zu entwickeln, die in der Lage ist, die Teilnehmer:innen und Zuschauer:innen der immer zahlreicher werdenden Nationalitäten bei den Spielen wirksam zu informieren.

Olympische Spiele, Tokio 2020

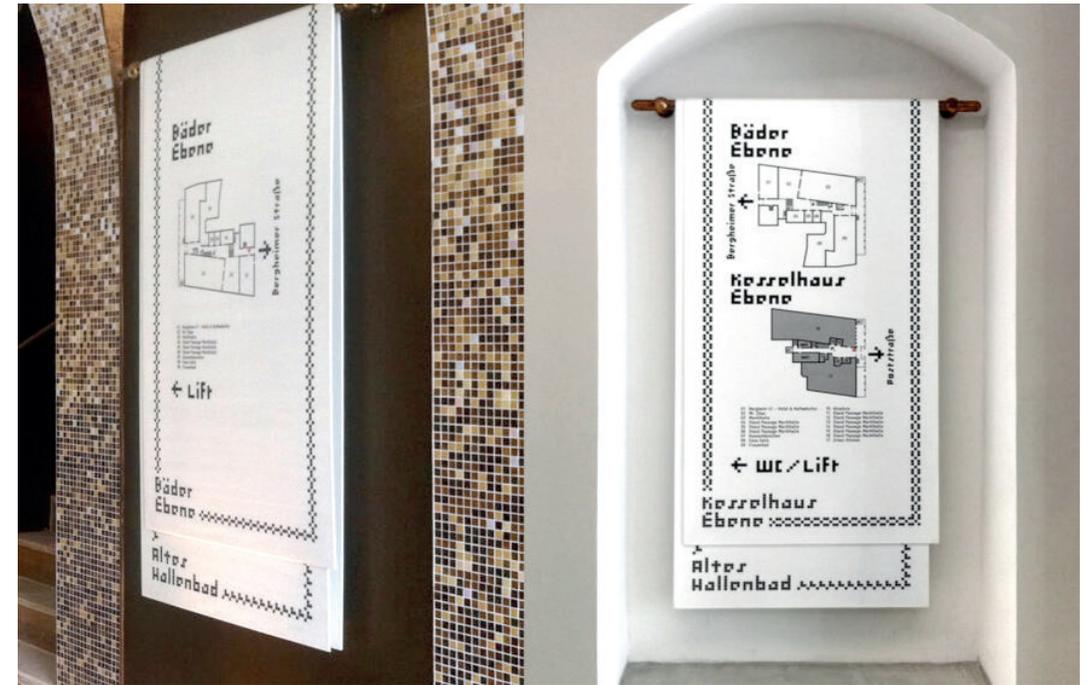


2020

Masaaki Hiromura

Die Piktogramme wurden im Einklang mit dem Motto von Tokio 2020 »Innovation aus Harmonie« entworfen, wobei sie sich von den Olympischen Spielen in Tokio 1964 inspirieren ließen, als die Piktogramme erstmals eingeführt wurden. Sie wurden nicht nur statisch verwendet, sondern so angelegt, dass sie einfach animiert werden konnten. Beeindruckend war auch die personalisierte Animation während der Eröffnungsfeier der Spiele.

Altes Hallenbad
Heidelberg



Your seats from Berlin to New York € 1,308.00 **Confirm**

1. Maria Musterfrau 52 E + €16
 2. Max Mustermann 52 F + €16
 3. Marie Mustermädchen 52 G + €16
 4. Marie Mustermädchen Select a seat

Premium Economy

Marianne Flyiinmember
 Dipl. Betriebswirt
 Stellvertretende Direktorin
 Bethmann Bank AG
 Frankfurt, Deutschland
 Angestellte
 Mitglied seit 2017

Choose your services à la carte:

- Are you travelling with bags?**
 How many bags for check-in? 3
- Fancy a specify seat?**
 I want to be able to...
 ...choose my own seat.
 ...keep the seat next to me free.
- Need some flexibility?**
 I want to be able to...
 ...change my flights.
 ...cancel my flights.
 ...change the names of the passengers.

Collecting Miles?
 Bonusprogramm: Bitte wählen
 Kartennummer:

Confirm

Choose your outbound flight on 07/09/2016

↓ departure ↓ arrival ↓ duration

06:00 TXL **7:00 LHR**
 Berlin Tegel London Heathrow
 BA 0981 operated by American Airlines

Connecting time 1 h 45 m

08:00 TXL **12:00 JFK**
 Berlin Tegel JFK International Airport
 BA 0981 operated by American Airlines

Duration 28h 00

Update results!
 In order to inform you about the latest prices and availability, we need to update the results.
Update

flyiin.com

Hej!

Ich bin Anna, der chatbot von flyiin!

Kann ich dir helfen deinen nächsten Flug zu buchen?

Los geht's

Agentur: think moto
 Kunde: flyiin
 thinkmoto.de

flyiin wurde 2016 als innovativer Online-Marktplatz für Flugreisen gegründet, bei dem Reisende Services am Flughafen oder auf dem Flug direkt im Buchungsprozess auswählen können. Das Brand Design für flyiin wurde von think moto als Minimum Viable Branding realisiert, das eng mit dem Produktdesign einherging. Der Fokus lag hier auf der Übertragung der Markenpersönlichkeit auf das visuelle Erscheinungsbild.

Im Hinblick auf die Persönlichkeitsattribute (clear, caring, intriguing) und auf die Anforderung, ein komplexes digitales Produkt einfach zu machen, wurde eine piktografische Welt entwickelt, die in allen Bereichen der Kommunikation und des Nutzer:innenerlebnisses zum Einsatz kommen konnte. In Kombination mit einer kraftvollen, robusten Typografie und Farbigkeit vermitteln die Piktogramme Einfachheit, Transparenz und den Joy-of-Use des Produkts.

➤ Exkurs – Otl Aicher

“As a strictly designed grammar, the system allows free, playful application. This is comparable to ball games or chess, where fixed elements and an agreed set of rules allow playful freedom.” – Otl Aicher

Otl Aicher gehört sicherlich zu den namhaftesten und einflussreichsten Gestalterpersönlichkeiten des 20. Jahrhunderts. Er prägte den Begriff der »visuellen Kommunikation«, war einer der Mitbegründer der »hochschule für gestaltung« Ulm und erlangte mit seinen Arbeiten für die Lufthansa, ERCO, das ZDF oder die Sparkasse einen internationalen Ruf.

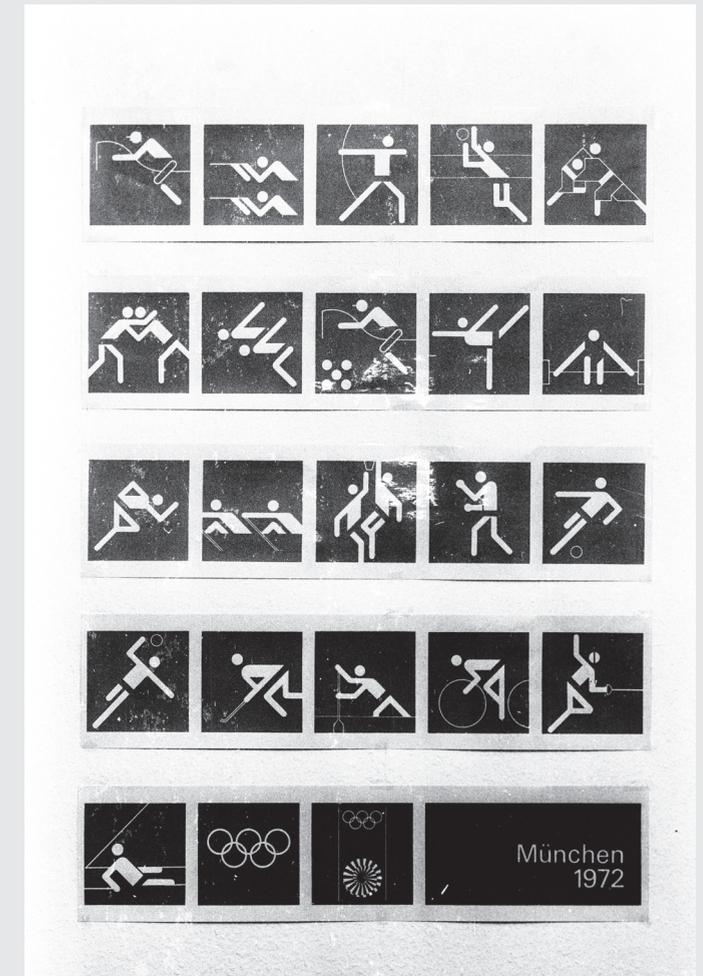
Seine klare Haltung und ganzheitliche Herangehensweise an Gestaltung zeigt sich in seinen theoretischen Abhandlungen, seinem Lehrkonzept und in seinen Arbeiten. Sein pragmatischer Ansatz, Dinge ordnen zu wollen, die klare Typografie und das strenge Raster prägten das westdeutsche Kommunikationsdesign in der Nachkriegszeit und ebneten den Weg für einen konsequenten und systematischen Ansatz in der Entwicklung von Markenidentitäten. Anknüpfend an die Tradition des Bauhauses verzichtete er auf Beiwerk und fokussierte die Gestaltung auf das Notwendige. Dies stand im Gegensatz zu den damaligen Ansätzen und brachte ihm den Ruf einer polarisierenden Persönlichkeit ein.

In seiner Zeit von 1967–1972 als Gestaltungsbeauftragter der Olympischen Spiele in München entwickelten Aicher und sein Team ein Piktogrammsystem, dessen Einfluss wir auch heute noch in vielen Entwürfen begegnen und das lange Zeit als Blaupause gegolten hat und immer noch gelten kann. Eine Systematisierung der olympischen Sportarten hatte es zu früheren Zeitpunkten schon gegeben, aber die Haltung Aichers wird hier in der Abstraktion und Strenge des Rasters deutlich. Er perfektionierte das von Masaru Katsumie 1964 entwickelte System und gab den Zeichen eine reduzierte, auf einem klaren Raster basierende Strenge. Den damaligen Kritikern zum Trotz, die das System damals als »Minimalschrift für Analphabeten des hektischen Zeitalters« verspotteten, wurde es lange als »Benchmark« gesehen.

Auch die auf ➤ Seite 40 beschriebenen Kriterien lassen sich auf alle Zeichensysteme anwenden. Der Anspruch, dass Bildzeichen einen Zeichencharakter aufweisen müssen, die Kultur- und Bildungsneutralität sowie der Leitgedanke der Zugänglichkeit der Information und Systematik haben universellen Charakter und bieten eine Grundlage bei der Bewertung von grafischen Symbolen.

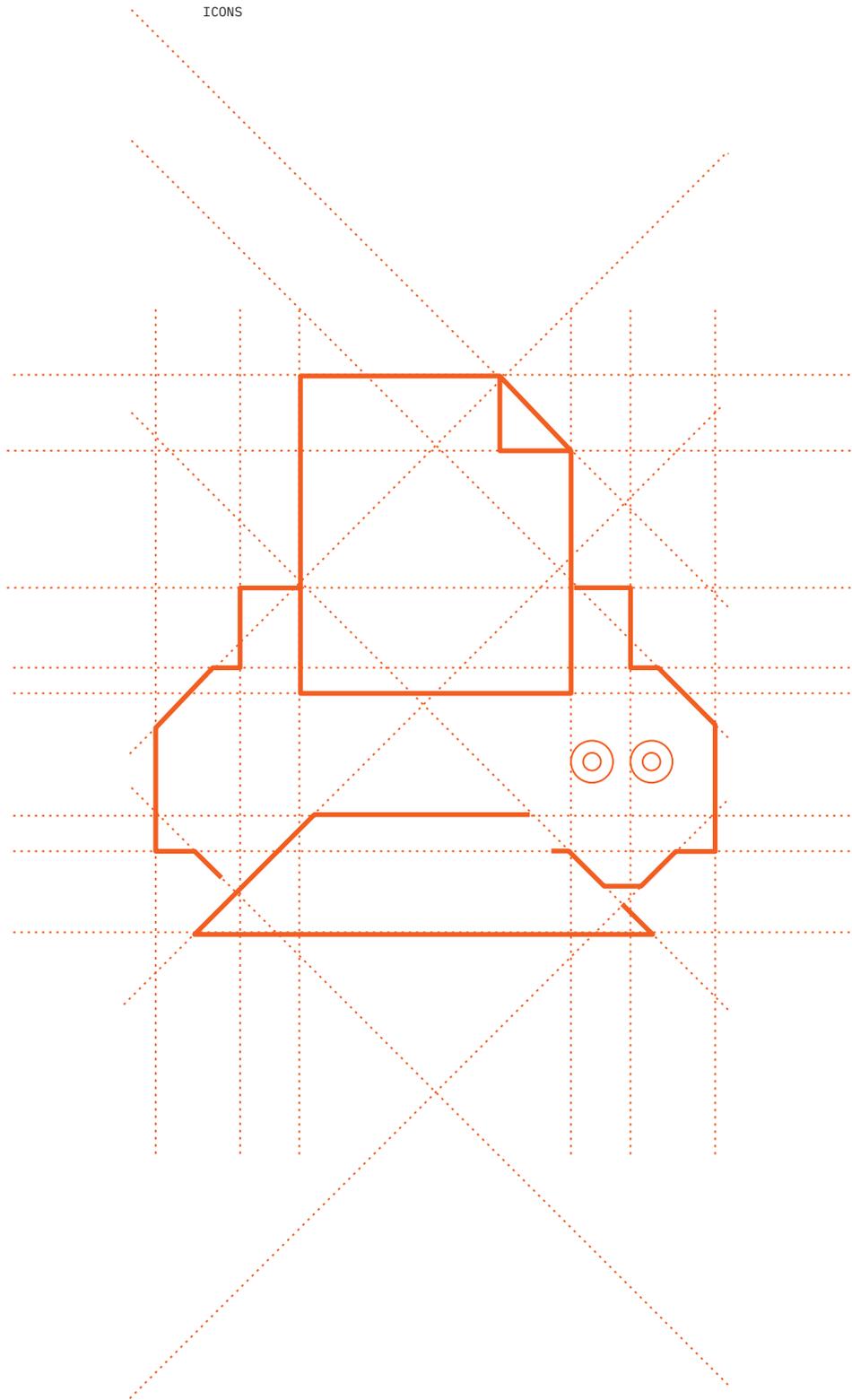
Weiterlesen:

- Otl Aicher, *die welt als entwurf*.
- Otl Aicher / Martin Krampen, *Zeichensysteme*.
- Eva Moser, Otl Aicher, *Gestalter*.
- Otl Aicher, *Richtlinien und Normen für die visuelle Gestaltung. Die Spiele der XX. Olympiade München 1972*.



Damals und heute: Die Bildzeichen sind in ihrer Form einzigartig und haben auch heute ihren Platz nicht nur in der Geschichte, sondern, aufgrund der reduzierten Form, auch weiterhin in der Gegenwart – z. B. finden sich im Olympiapark in München immer noch einige Piktogramme.





Gestaltgesetze

Die Fähigkeit, Sinneseindrücke zu strukturieren und damit die Aufmerksamkeit zu lenken, machen wir uns als Gestalter:innen zunutze, um gezielt hinzuweisen und Orientierung zu bieten. Eines der wichtigsten Prinzipien ist die Figur-Grund-Beziehung. Die Schrift auf einer Zeitungsseite oder das Schild an einer Straßenecke – die Beziehung der Form zum Medium setzt eine bewusste Gestaltung der Figur und auch des Grundes voraus. Kontrast, Größe, Form oder Farbe sind hierbei entscheidend.

Max Wertheimer, Wolfgang Köhler und Kurt Koffka gelten als Begründer der Gestaltpsychologie und stellten Gesetzmäßigkeiten in der Wahrnehmung und Verarbeitung von Sinneseindrücken fest. Wertheimer formulierte 1923 in seiner Arbeit wesentliche Gestaltfaktoren:

1. Gesetz der Prägnanz/Einfachheit
2. Gesetz der Nähe
3. Gesetz der Ähnlichkeit/Gleichheit
4. Gesetz der guten Fortsetzung (oder der durchgehenden Linie)
5. Gesetz der Geschlossenheit
6. Gesetz des gemeinsamen Schicksals / der Kontinuität
7. Gesetz der Symmetrie

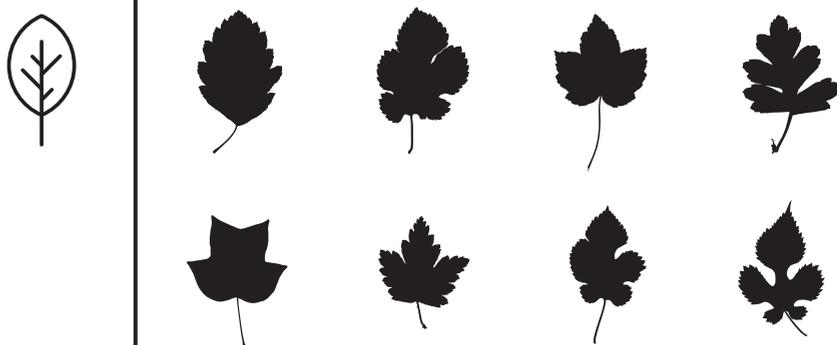
Gemäß dieser Gesetzmäßigkeiten oder Faktoren nehmen wir Dinge anhand unterschiedlicher Kriterien wahr. Prägnante Elemente werden dann bevorzugt wahrgenommen, wenn sie aufgrund ihrer Merkmale aus der Masse herausstechen, sich also abheben. Das gilt für einfache Formen, zum Beispiel Verkehrsschilder, die sich formal von ihrer Umgebung unterscheiden (müssen). Elemente werden dann als zusammengehörig erkannt, wenn sie eine Nähe zueinander aufweisen oder formal gleich sind und damit in direkter Verbindung stehen. Das Erkennen prägnanter Formen spiegelt sich auch in der guten Fortsetzung wider. Das Auge folgt dem Kreisbogen von links nach rechts unten – der andere Kreisbogen wird als formaler Zusatz erkannt. Den Sprinter auf der rechten Seite nehmen wir als komplette Person wahr und ergänzen hier das vermeintlich Fehlende. Die Anordnung innerhalb einer Komposition weist ggf. auf einen Mittelpunkt hin oder wird als in sich geschlossen erkannt und somit von umliegenden Elementen abgegrenzt.

Zu abstrahieren bedeutet immer, etwas wegzulassen und es auch formal zu vereinheitlichen – seien es überflüssige Details oder formale Eigenheiten. Schlussendlich ist es vielleicht nicht wichtig, um welche Art von Fahrrad es geht oder um was für einen Baum es sich handelt, solange man das Rad als Rad erkennt. Man betont also allgemeine oder wesentliche Merkmale eines Objekts. Somit ist jede Abstraktion immer auch eine Interpretation – gleichzeitig auch immer die Darstellung von Unterscheidungsmerkmalen.

Entscheidend bei der Abstraktion von Objekten ist die Frage, welche Teile für die Decodierung des Gegenstands benötigt werden. Woran erkenne ich ein T-Shirt, ein Fahrrad, ein Auto oder einen Baum? Welches Detail ist überflüssig oder verleiht das Bildzeichen eine andere, weil gestalterisch einzigartige Dimension? Gerade bei der steigenden Zahl an Bildzeichensystemen auf allen möglichen Medien und Geräten ist der Entwurf immer ein Balanceakt zwischen den Sehgewohnheiten der Rezipienten und der eigenen gestalterischen Linie, die direkt mit dem Projekt, der Marke oder einem Produkt in Verbindung gebracht wird und somit ein rundes Gesamtbild ergibt.

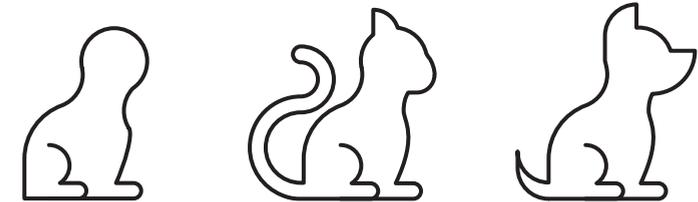
Der Prozess zum finalen Bildzeichen kann durchaus kleinschrittig erfolgen. Gerade bei komplexen Objekten oder in der Findungsphase einer Systematik sollte man sich über mehrere Iterationsstufen an das mögliche Endergebnis herantasten.

Abstraktion und Unterscheidbarkeit



Der Inhalt bestimmt den Abstraktionsgrad: Dieser ist in der Darstellung der Blätter sehr gering und eher illustrativ. Wenn es hier also auf die Unterscheidbarkeit ankommt, sind Illustrationen wie oben sicherlich besser geeignet als ein abstrahiertes Blatt, das eher allgemein als Zeichen für Natur zu verstehen ist.

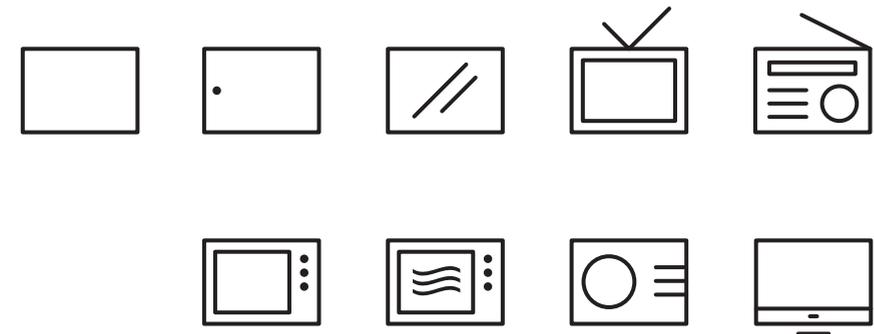
Grundaufbau



Innerhalb des Abstraktionsprozesses lassen sich unterschiedliche Phänomene beobachten. So würde wahrscheinlich niemand behaupten, dass die Anatomie von Hund und Katze identisch sind – dennoch lassen sich beide auf eine ähnliche Art und Weise darstellen. Entscheidend für das Erkennen, ob es sich um das eine oder andere Tier handelt, sind nicht der Körperbau, sondern eben Merkmale wie die Form der Ohren oder der Schwanz.

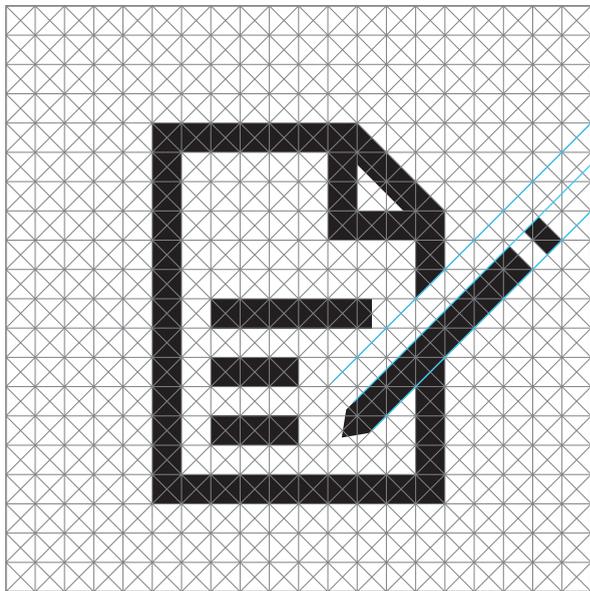
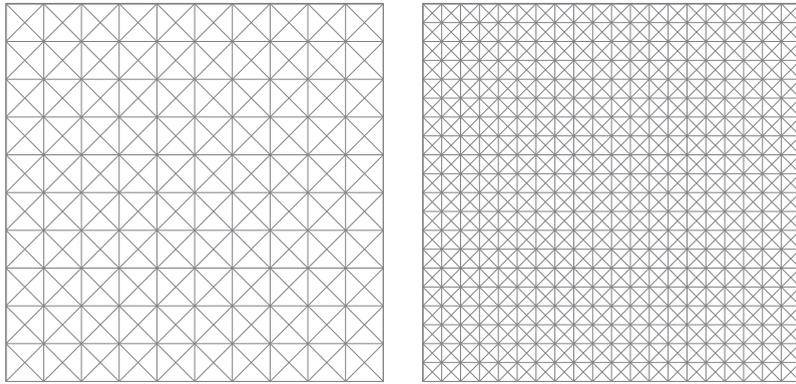
Mitunter genügt die reine Abstraktion des darzustellenden Objekts nicht. So findet man gerade bei technischen Geräten, wie zum Beispiel Tablets oder Smartphones, nicht mehr genügend spezifische formale Eigenheiten, sodass man entweder Eigenschaften (bzw. Funktionen) darstellen oder auf eine quasi antiquierte Form zurückgreifen muss: der Fernseher mit Antenne, der Hörer eines Telefons oder – im Fall des Tablets oder Smartphones – die Darstellung des Home-Buttons.

Tradierte Darstellungen

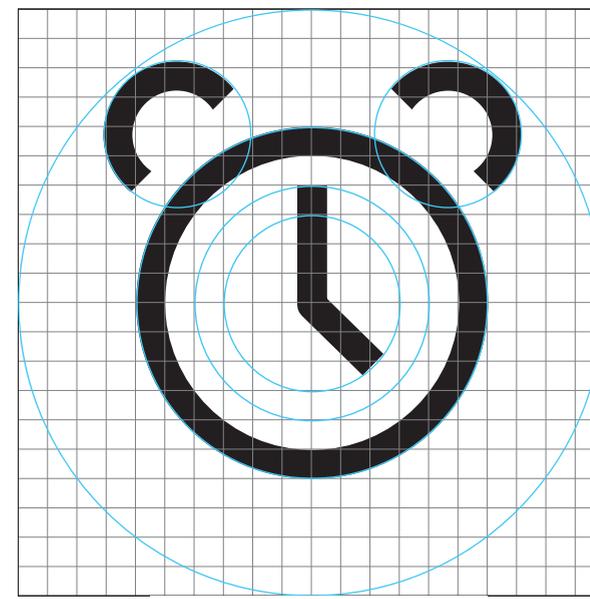
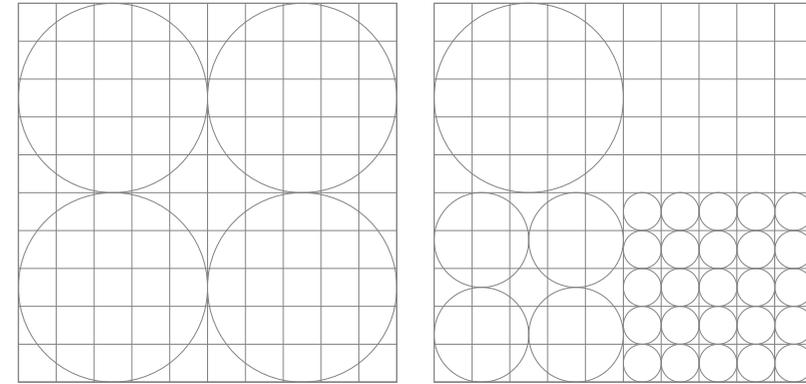
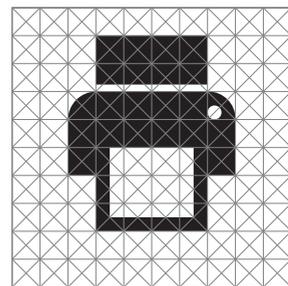
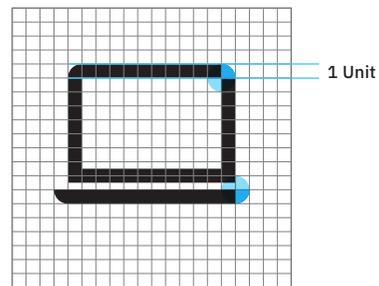


Moderne technische Geräte sind mitunter so ähnlich gestaltet (Rechteck, keine Knöpfe oder anderen spezifischen Merkmale), sodass man ggf. auf tradierte Merkmale (wie die Antenne) zurückgreifen muss.

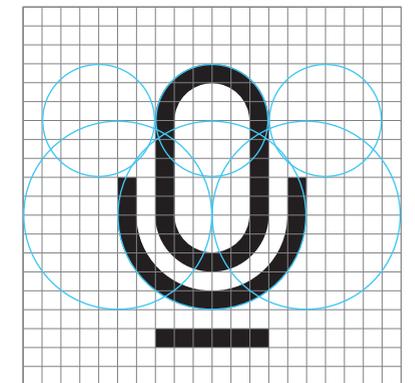
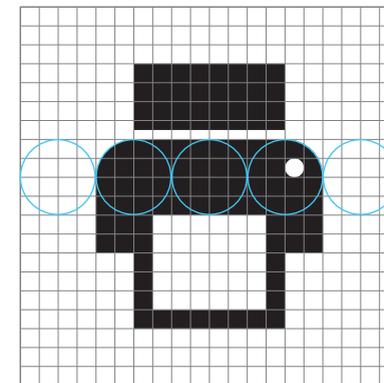
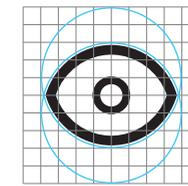
Gestaltungsraster Varianten



Bei einer überwiegend flächigen Gestaltung kann das Raster unter Umständen auch gröber gehalten werden. Die Linien richten sich dann nicht an den Units, sondern halben Einheiten aus. Ähnlich verhält es sich mit dem Kurvenradius, der sich gleich bleibend an den Units ausrichten sollte.



Auch integrierte Kreiselemente richten sich nach den Rastereinheiten und können als Vielfaches eingesetzt werden. Das Raster sollte hierbei im Sinn der gewünschten Optik interpretiert werden, ohne die Konsistenz aus den Augen zu verlieren.



90 pt
Typografie

45 pt
Typografie

22,5 pt
Typografie

11 pt
Typografie

6 pt
Typografie

6,75/10,5 pt Cullupta cusae. Tin ne sim nulparum ate volent minverum fugia que soluptium cum et ut laccum fugit porios erum verferit fugiatus utem liantoresti velles aliquodigent laut esediorum re prerum, in comnitate ea seruptat enistia temporrumeri consequi ut pelitat umquam.

8,75/12 pt Cullupta cusae. Tin ne sim nulparum ate volent minverum fugia que soluptium cum et ut laccum fugit porios erum verferit fugiatus utem liantoresti velles aliquodigent laut esediorum re prerum, in comnitate ea seruptat enistia temporrumeri consequi ut pelitat umquam.

10,75/14 pt Cullupta cusae. Tin ne sim nulparum ate volent minverum fugia que soluptium cum et ut laccum fugit porios erum verferit fugiatus utem liantoresti velles aliquodigent laut esediorum re prerum, in comnitate ea seruptat enistia temporrumeri consequi ut pelitat.

12,75/16 pt Cullupta cusae. Tin ne sim nulparum ate volent minverum fugia que soluptium cum et ut laccum fugit porios erum verferit fugiatus utem liantoresti velles aliquodigent laut esediorum re prerum, in comnitate ea seruptat enistia temporrumeri consequi ut pelita.

90 pt
Typografie

45 pt
Typografie

22,5 pt
Typografie

11 pt
Typografie

6 pt
Typografie

6,75/9 pt Cullupta cusae. Tin ne sim nulparum ate volent minverum fugia que soluptium cum et ut laccum fugit porios erum verferit fugiatus utem liantoresti velles aliquodigent laut esediorum re prerum, in comnitate ea seruptat enistia temporrumeri consequi ut pelitat umquam.

8,75/11 pt Cullupta cusae. Tin ne sim nulparum ate volent minverum fugia que soluptium cum et ut laccum fugit porios erum verferit fugiatus utem liantoresti velles aliquodigent laut esediorum re prerum, in comnitate ea seruptat enistia temporrumeri consequi ut pelitat umquam.

10,75/13 pt Cullupta cusae. Tin ne sim nulparum ate volent minverum fugia que soluptium cum et ut laccum fugit porios erum verferit fugiatus utem liantoresti velles aliquodigent laut esediorum re prerum, in comnitate ea seruptat enistia temporrumeri consequi ut pelitat.

12,75/15 pt Cullupta cusae. Tin ne sim nulparum ate volent minverum fugia que soluptium cum et ut laccum fugit porios erum verferit fugiatus utem liantoresti velles aliquodigent laut esediorum re prerum, in comnitate ea seruptat enistia temporrumeri consequi ut pelita.

- Praktisches Handbuch für die Gestaltung von Bildzeichen
- Anschauliche Beispiele mit großformatigen Abbildungen
- Überblick zu allen Elementen: Raster, Farbe, Typografie, Interaktion/Animation u.v.m.

Im Alltag begegnen uns Bildzeichen an fast jeder Ecke: im Straßenverkehr, im Supermarkt, auf Verpackungen, dem Laptop oder Handy. Sie geben uns Orientierung, geben Hinweise und ermöglichen Interaktion. Es bleibt die Frage, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, damit Bildzeichen sinnvoll funktionieren? Wie gestalten und bewerten wir sie? Um dies zu verstehen, beleuchtet das Buch unterschiedliche Perspektiven aus der Kommunikation, Semiotik und der Gestaltung.

