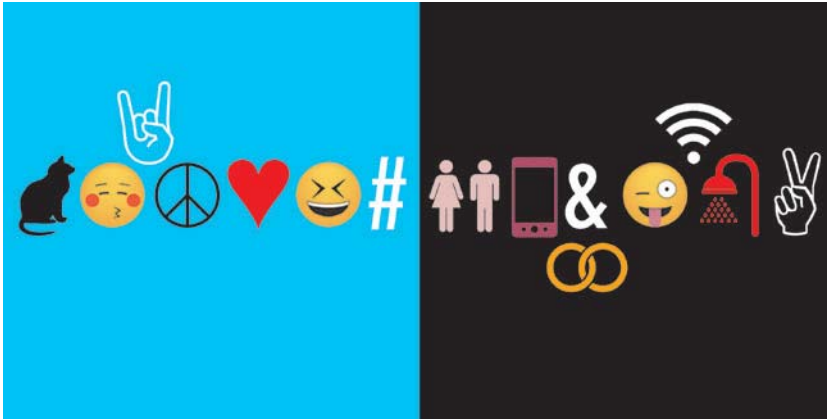


05

Visuals als wiederentdeckte Zeichensprache



Kommunikation mit Symbolen hat eine lange Geschichte. Die ersten Zeugnisse der menschlichen Kommunikation mithilfe von Symbolen reichen ca. 40 000 Jahre zurück.

Mit dem Einritzen von Bildern und Zeichen in Holz oder Stein beziehungsweise dem Auftragen von Farbpigmenten gaben unsere Vorfahren ihr Wissen weiter. Sie nutzten Piktogramme und bildhafte Darstellungen als Gedächtnisstützen (mnemotechnische Zeichen). Unsere Vorfahren konnten jedoch nicht davon ausgehen, dass die Inhalte der Zeichnungen von den Nachfahren auch richtig interpretiert wurden. Das mag unter anderem auch ein Grund für die Entwick-

lung von Schriftzeichen gewesen sein. In den Jahren um 3300 v. Chr. entwickelte sich in Mesopotamien die erste Schrift, bestehend aus ungefähr 900 Piktogrammen. Die Unterscheidung zwischen Schrift und reinen Symbolen war entstanden.

Künstler als Botschafter. Ob Roy Lichtenstein, Andy Warhol oder Keith Haring – Künstler, die für die Kunstrichtung „Pop-Art“ stehen, verarbeiten in ihrer Kunst die Welt des Alltags. Mit grellen, hellen Farben wirken die Bilder oberflächlich betrachtet einfach, verständlich und unbeschwert.



Piktogramm und Symbol

Der Begriff **Piktogramm** stammt von dem lateinischen Wort *pictum*, welches ‚gemalt‘ oder ‚Bild‘ bedeutet, und von dem griechischen Wort *gráphein*, das für ‚schreiben‘ steht.¹ Ein Piktogramm ist ein einzelnes, allgemein verständliches, bestenfalls kultur- und sprachneutrales **Bildsymbol** beziehungsweise **Icon**, welches eine Information (über einen Ort, ein Objekt oder einen Sachverhalt) durch vereinfachte grafische Darstellung vermittelt. Sprachwissenschaftler sehen Piktogramme – also Bilder – als die Vorläufer verschiedener Schriften, etwa der Keilschrift, an.

Dagegen sind **Symbole** Zeichen, die keine Ähnlichkeit zum eigentlichen Objekt aufweisen oder stellvertretend für etwas stehen. Das Erkennen von Symbolen setzt ein Vorwissen beziehungsweise Kontextwissen voraus, beispielsweise die drei gelben Punkte auf gelbem Untergrund als Symbol für „Blinde“. Im Gegensatz zu Piktogrammen müssen Symbole nicht selbsterklärend sein, da ihre Bedeutung definiert werden muss.

Auf den zweiten Blick sind aber sowohl politische als auch gesellschaftskritische Aussagen zu finden. Mithilfe von Visuals kann man Menschen aus ihrem Kontext und ihrer Umgebung abholen, um ihnen schnell und allgemein verständlich Botschaften zu vermitteln. Der Betrachter steht vor der Aufgabe, die Zeichen und die visuelle Sprache zu entschlüsseln.

Das richtige Entschlüsseln der Zeichen. Grundsätzlich definieren Menschen ihr Umfeld beziehungsweise ihre Umgebung über Zeichen und Symbole: Zeichen der Natur, wie Spuren – etwa ein Fußabdruck eines Tieres oder sein Dung – können uns Auskunft über Nahrung, Aufenthaltsorte etc. geben. Zeichen wie die Bremsspur eines Autos geben uns heutzutage Aufschlüsselung über die Geschwindigkeit eines Fahrzeuges und sind beispielsweise nach einem Auffahrunfall mitentscheidend bei der Klärung der Schuldfrage. Diese Zeichen zu entschlüsseln, ist unsere Aufgabe. Die zur Vermittlung von Informationen eingesetzten Zeichen beziehungsweise visuellen Elemente sind Teil der jeweiligen Gesellschaft. Kommunikation erfolgt mittels der gesellschaftlich vermittelten und allgemein verständlich gewordenen Zeichen und Zeichensysteme.

¹ Wikipedia, Piktogramm: <https://de.wikipedia.org/wiki/Piktogramm>



Zeichen sind Platzhalter

Charles S. Peirce, ein US-amerikanischer Mathematiker, Philosoph, Logiker und Semiotiker, definierte Zeichen folgendermaßen:

„Das Zeichen oder Repräsentamen ist etwas, das für jemanden in gewisser Hinsicht oder Fähigkeit für etwas steht. Es wendet sich an jemanden, d. h., erzeugt im Geist dieser Person ein äquivalentes Zeichen oder vielleicht ein mehr entwickeltes Zeichen. Das Zeichen, welches es erzeugt, nenne ich den Interpretanten (die Bedeutung) des ersten Zeichens. Das Zeichen steht für etwas, sein Objekt. Es steht für dieses Objekt nicht in jeder Hinsicht, sondern im Hinblick auf eine Art Idee.“²

Heute spricht man vom semiotischen Dreieck, bestehend aus dem Zeichen, seiner Bedeutung und dem Referenzobjekt (der Referenz).

5.1 Zeichen ist nicht gleich Zeichen

In der Kommunikation von Angesicht zu Angesicht wird ein Gespräch fast immer durch Gesten und Mimik unterstützt. Dies ist beziehungsweise war in der geschriebenen Kommunikation nicht möglich. Nun können manche Piktogramme die Funktion der redebegleitenden Gesten und Mimiken übernehmen: Denken wir nur an den „Like“-Daumen bei Facebook oder das Augenzwinkern und das Lächeln mancher Emoticons.

Im Printbereich werden neben Buchstaben und Bildern auch Illustrationen, Grafiken, Piktogramme, Icons, Symbole oder Diagramme verwendet. Im Online-Bereich können zusätzlich zu den oben genannten visuellen Elementen auch multimediale Elemente wie Videos, Live-Streams, Games, Virtual oder Augmented Realities, animierte Bilder und Grafiken oder GIFs eingesetzt werden.

² Charles S. Peirce, Collected Papers, Bd. 2 § 8 (Harvard University Press, Cambridge, Mass.). Übersetzung von Winfried Nöth, Handbuch der Semiotik, Stuttgart/Weimar: J. B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung, 2. Aufl. 2000

Verstehen der Bildzeichen

Der erste Schritt um Bildzeichen in der Kommunikation einzusetzen besteht darin, die (Bild-) Zeichen zu verstehen. Nehmen wir beispielsweise ein Schriftzeichen und stellen uns die Frage: Ist es allein ausdrucksstark genug, um selbst zum Bild werden? Bei einem eindeutigen Schriftzeichen wie dem Fragezeichen gelingt dies.



Bild 5.1

Die Verwendung von Fragezeichen, wie hier auf dem Fahrradweg in Lissabon, ist allein schon ausreichend genug: Sie animieren den Betrachter anzuhalten, sich Fragen zu diesen Zeichen zu überlegen und nachzudenken, warum sie gerade hier verwendet werden und was sei in diesem Kontext zu bedeuten haben.

(Bild © Pia Kleine Wieskamp)



Icon

Sie begegnen uns überall: Icons, die einen Begriff oder Sachverhalt oft viel besser und allgemeinverständlicher darstellen können als jedes Wort.

Der englische Begriff Icon wird für ein Symbol, ein Bildzeichen, eine Ikone, ein Piktogramm oder auch ein Sinnbild verwendet. Icon leitet sich aus dem griechischen Wort *eikón* für Bild her. Icons können auch als „reduzierte“ oder minimalisierte Symbole eines Objektes angesehen werden.

Ursprünglich stammt der Begriff Icon aus dem Computerbereich, wo es als Piktogramm – ein möglichst selbsterklärendes Bild – zu einer grafischen Oberfläche gehört. Klickt der Anwender auf ein Icon, öffnet sich ein hinter dem „Symbolbild“ verwendetes Programm. Mittlerweile sind Icons auf nahezu jeder grafischen Oberfläche zu finden.

Ein wesentlicher Vorteil bei der Verwendung von Icons ist, dass sie auch bei fehlender Sprachkenntnis oder Lesefähigkeit eine Kommunikation ermöglichen. Um dies erreichen zu können, müssen Icons sehr präzise in ihrer Aussage sein: Das bedeutet, dass sie nur eine einzige Interpretation zulassen dürfen. Dennoch müssen Icons in der Lage sein, sehr umfangreiche Botschaften zu transportieren.

Man unterscheidet Icons, die visuelle Repräsentationen von Objekten oder Themen darstellen, von Icons, die mehr oder weniger komplexe Vorgänge oder Funktionen beschreiben. Beispielsweise kann ein Icon auf der Taste eines Geldautomaten ein Thema wie „Kontoübersicht“ repräsentieren, das der Nutzer auswählen kann.



Dagegen verweisen Icons auf Schildern oft auf eine Möglichkeit oder eine Aufforderung beziehungsweise einen Rat- und Vorschlag. So warnen Verkehrsschilder, die ein Auto mit „wellenförmigen Wegzeichen“ zeigen, den Fahrer vor Schleudergefahr bei Nässe oder Schmutz.



Emoticons sind ein besonderer Typ von Icons und visualisieren Gefühlsbekundungen. Mittlerweile haben diese Icons Einzug in die Kommunikation via E-Mail, Chat und SMS sowie auch im Printbereich, etwa auf Plakaten, gehalten. Emoticons helfen kurz und knapp Emotionen zu vermitteln. Das Foto oben stammt aus dem Flughafen von Málaga: Mittels dieser Emoticons sollen Reisende abstimmen, wie sie den Service des Sicherheitschecks empfinden.



Bild 5.2 Ein wahrer Fundus an Icons befindet sich auf der Plattform „The Noun Project“. In einem Video wird der Einsatz von Icons und Symbolen als Art der Völkerverständigung und als Vision einer global verständlichen Bildsprache beschrieben. (Screenshot © Website www.thenounproject.com).

Für die Verwendung von Zeichen wie Icons und Piktogramme als Bestandteile der täglichen Kommunikation gibt es vielfältige Praxisbeispiele.



Das Unternehmen **Airbnb** kooperiert mit animierten Open-Source-Piktogrammen, dem „**The Noun Project**“ <https://airbnb.design/modern-pictograms-for-lottie>. Gemeinsam mit „Modern Pictograms“ wurde eine Reihe von Icons, die speziell

für Lottie³ animiert wurden, ins Leben gerufen. Lottie ist eine quelloffene Animationsbibliothek von Airbnb, die Designer auf der ganzen Welt inspirieren möchte, Kunstwerke für Animationen auf nativen Plattformen zu erstellen. Mithilfe von Lottie können After-Effects-Animationsdaten leichter in Apps verwendet werden.

³ Lottie ist ein Open-Source-Animations-Tool von Airbnb: <https://airbnb.design/lottie>



The Noun Project

Das **The Noun Project** erfüllt zwei Aufgaben zugleich: Es funktioniert einerseits als umfangreiche Sammlung und Quelle, quasi als Wikipedia für typografische Symbole, und andererseits als Onlinegalerie für Design. Hier finden Sie zahlreiche Icons (Piktogramme) zu nahezu allen Themen zum Download für Ihre Projekte: <https://thenounproject.com>. Ziel des Projektes ist, eine global verständliche Bildsprache zu erschaffen, um Sprachbarrieren zu umgehen.



Sehen Sie hierzu auch das Video „Building a Global Visual Language“ an: <https://vimeo.com/48846655>.

5.2 Kleiner Ausflug in die Zeichentheorie

Damit konkrete Kommunikationsabsichten auch bei den Empfängern ankommen, bedarf es einer Absprache zwischen Sender und Empfänger, eine Art von „Übersetzungshandbuch“, mit dem beide Kommunikationsparteien Botschaften verschlüsseln beziehungsweise dekodieren können. Bei Unternehmen ist dieses Regelhandbuch der Styleguide sowie das Corporate-Design-Handbuch (siehe Kapitel 4). Eine Möglichkeit für ein solches Regelwerk bildet die Zeichentheorie (Semiotik), die eine Verbindung zwischen Bildern, Sehen, Erfahrung und Sprache schafft.

Semiotik, die Lehre der Zeichen

Die Deutsche Gesellschaft für Semiotik (DGS) e.V. beschreibt Semiotik (auch: Semiologie) als *„die Wissenschaft von den Zeichenprozessen in Kultur und Natur. Zeichen, wie zum Beispiel Bilder, Wörter, Gesten und Gerüche, vermitteln Informationen aller Art in Zeit und Raum. In Zeichen-*

*prozessen (Semiosen) werden Zeichen konstituiert, produziert, in Umlauf gebracht und rezipiert.“*⁴ Des Weiteren vertritt sie die Meinung, dass „ohne Semiose Kognition, Kommunikation und kulturelle Bedeutungen nicht möglich wären.“

Die Semiotik sammelt Erkenntnisse über die Funktionsweise von Zeichen und Zeichensystemen und verwendet als interdisziplinäre Lehre Erkenntnisse aus den unterschiedlichsten Bereichen wie Sprachwissenschaft, Kunst, Psychologie, Philosophie, Soziologie, Informatik oder Mathematik. Einige der bedeutendsten Semiotiker vertreten die These, dass alles Zeichen sein kann beziehungsweise ist. Die Semiotik untersucht, welche Faktoren die Bedeutung und Wirkung von Zeichen bestimmen und beeinflussen. In Zeichensystemen werden Strukturen und Ordnungen sowie Grenzen zwischen den Elementen des Systems und dem System nach außen untersucht.

⁴ Definition von Semiotik der Deutschen Gesellschaft für Semiotik (DGS) e.V.: <http://www.semiotik.eu/Semiotik>



Die Fragestellung hierbei lautet:

- Was kann alles Zeichen sein?
- Nach welchen Strukturen und Ordnungssystemen wirken Zeichen?
- Wie werden Zeichen genutzt?
- Welche Unterschiede und Beziehungen gibt es zwischen den verschiedenen Zeichensystemen und Medien?

Zunächst stellt sich folgende Frage: Was ist ein Zeichen? Fragen wir unsere Mitmenschen nach Zeichen, erhalten wir viele Antworten: Angefangen von Verkehrszeichen über Wegweiser, Verbotsschilder bis hin zu Warnzeichen oder Zeichen zur Verdeutlichung von Hinweisen (wie etwa Herren- oder Damen-WC) fällt uns zu diesem Thema eine Vielzahl von Piktogrammen ein. Schilder werden meist schnell als Zeichen erkannt und haben die Aufgabe innerhalb von Sekunden eine Botschaft zu transportieren. Unternehmenszeichen (Logos) vermitteln oft mehr als eine Botschaft: Sie signalisieren das Unternehmen mit seinen Werten, sollen gleichzeitig einzigartig und wiedererkennbar sein. Im Wertesys-

tem unserer Gesellschaft können auch Dinge wie der Besitz eines Hauses oder das Tragen einer bestimmten Kleidermarke ein Statussymbol sein und Zeichen setzen.



Zeichen

Wikipedia verrät uns folgende Definition von Zeichen: „Ein Zeichen ist im weitesten Sinne etwas, das auf etwas anderes hindeutet, etwas bezeichnet.

Zeichentheoretiker sehen darin ein semiotisches Phänomen und bestimmen im engeren Sinne Zeichen als eine Unterklasse dieses Phänomens. Dort stehen Zeichen anderen semiotischen Phänomenen wie den Symbolen und Anzeichen (vgl. Index, Signal) gegenüber. Sprachzeichen sind Grundelemente einer Sprache.

Zeichen ist dabei allgemein etwas Unterscheidbares, dem eine Bedeutung zugesprochen wird; ein sprachliches Zeichen als Grundelement eines Kommunikationssystems (also auch Gesten, Gebärden, Laute, Markierungen auch Symbole).

Zeichen kommt aus indogermanisch *dei* für ‚hell glänzen‘, ‚schimmern‘, ‚scheinen‘, und wird im Althochdeutsch zu *zeihhan* ‚Wunder‘, ‚Wunderzeichen‘. Dem deutschen Wort liegt ursprünglich die irdische Erscheinung einer höheren Macht zugrunde.“⁵

⁵ Wikipedia: Zeichen: <https://de.wikipedia.org/wiki/Zeichen>

Sobald wir Bildsprache nutzen, ist unser Ziel, möglichst erkennbar zu visualisieren. Häufig werden hierzu „Bildzeichen“ wie Piktogramm oder Icons verwendet, die auf stereo- beziehungsweise archetypisches Denken zurückgreifen. Metaphorisch-ikonische Symbole beruhen meist auf eher alten Bildern – ihre lange Bekanntheit als Bildmetapher ist beim Visualisieren von Abstraktem hilfreich.

Mit Piktogrammen sprechen

Wir alle kennen die kleinen Wegweiser, die uns beispielsweise auf dem Flughafen den Weg zum Aufzug oder zur Gepäckausgabe weisen. Häufig sind es Piktogramme, also Bildsymbole beziehungsweise Ikonen, die Informationen durch eine stark vereinfachte grafische Darstellung vermitteln. Im Idealfall ist das Piktogramm durch seine Allgemeingültigkeit sprach-, kultur- und bildungsunabhängig. Vor allem im öffentlichen Raum, in Gebäuden und auf Plätzen, im Straßen- und Transportwesen werden Piktogramme in Lenkungs- und Orientierungssystemen verwendet.

Das 1914 gegründete **American Institute of Graphic Arts (AIGA)**⁶ ist die älteste und größte

Design-Organisation weltweit. Sie war führend bei der Entwicklung eines standardisierten Systems, bestehend aus 50 Zeichen, welches weltweit für die visuelle Kommunikation in Flughäfen, Bahnhöfen sowie anderen Verkehrszentren und bei internationalen Großereignissen (beispielsweise die Olympischen Spiele) eingeführt wurde. Zunächst wurden in Zusammenarbeit mit dem amerikanischen Department für Verkehrswesen (D. O. T.) alle existierenden und gängigen Zeichensysteme von öffentlichen Einrichtungen weltweit zusammengetragen. Ein Komitee des AIGA entwickelte auf der Grundlage der gesammelten Symbole und Piktogramme ein neues Zeichensystem. Die erste Serie, bestehend aus 34 Symbolen, wurde 1974 veröffentlicht und mit 16 neuen Symbolen vervollständigt.

Ein weiteres Beispiel sind die von **Otl Aicher** u. a. für die Olympischen Spiele 1972 in München entwickelten Piktogramme. Kritiker bezeichneten sie als „Minimalschrift für Analphabeten des hektischen Zeitalters“.

Otl Aicher selbst beschrieb seine Piktogramme folgendermaßen: *„Wenn ich als ‚Father of the Geometric Man‘ angesprochen werde, so verweist es auf den Sachverhalt, dass wir die Abbilder des Menschen streng geometrisiert hatten. Das sieht*

6 American Institute of Graphic Arts (AIGA) mit über 22 000 Mitgliedern: <https://www.aiga.org>. Das American Institute of Graphic Arts bietet derzeit 50 Zeichen zum kostenlosen Download und zur freien Nutzung an: <https://www.aiga.org/symbol-signs>

nach Einschränkung der Darstellungsmöglichkeit aus, ist es aber nicht. Auch wenn es an sich schon schwierig sein mag, Sportarten durch Bewegungsform zu charakterisieren, ist es uns auch bei zusätzlichen formalen Einschränkungen immer gelungen, auch für absonderliche Disziplinen ein Zeichen zu finden, das man ohne großen Lernprozess sofort verstehen kann. Gleichzeitig mit den Olympischen Spielen bearbeiteten wir das Informationssystem des Flughafens in Frankfurt, wo wir ein umfangreiches Repertoire an Zeichen für Flugverkehr und Touristik nach ähnlichen Kriterien zu schaffen hatten. Dieser Umstand gestattete es, ein umfangreiches Zeichensystem anzubieten, das heute in der ganzen Welt gebräuchlich ist.“⁷



Otl Aicher hat über 700 Piktogramme geschaffen. Sie sind auf folgender Website zu finden: <http://www.piktogramm.de/de/>

Semiotisches Dreieck

Bereits **Aristoteles** beschäftigte sich mit den Zeichen: Für ihn war ein Zeichen ein Wort (semeion) als ein Symptom für eine „Seelenregung“ (Emotion) des Sprechers sowie der Vorstellung des Sprechers, die Aristoteles als Ikon für eine Sache (Ding) ansah.

Aristoteles ging von dem Grundgedanken aus, dass Zeichen eine stellvertretende Funktion einnehmen, denn sie sind nie der Gegenstand selbst: „Aliquid stat pro aliquo“ bedeutet so viel wie „etwas steht für etwas anderes“. Der gezeichnete Baum oder die Schriftzeichen für das Wort Baum sind nie ein realer Baum. Zeichen ermöglichen etwas Abwesendes, nicht Reales, gegenwärtig und real erscheinen zu lassen und somit in eine Kommunikation einfließen zu lassen. Hätten wir keine Zeichen für den Baum, könnten wir nur über ihn sprechen, wenn er anwesend wäre und wir auf ihn deuten könnten.

Seither wird die Meinung vertreten, dass Zeichen Dinge der Welt nicht unvermittelt, sondern vermittelt über einen „Begriff“, eine „Vorstellung“ und mehr bezeichnen. Dies bedeutet eine Differenzierung gegenüber dem einfachen Konzept „etwas steht für etwas anderes“.

⁷ Zitat von Otl Aicher auf: <http://www.piktogramm.de/de/lizenzierung>

Als ein einfaches linguistisches Instrument zeigt das semiotische Dreieck Beziehungen zwischen Denken, Sprache (Symbolen) und der Welt der Dinge („Wirklichkeit“) auf.

Denken wir beispielsweise an einen Baum, haben wir eine Vorstellung von einem bestimmten Baum. Für diese Vorstellung verwenden wir entweder ein Ikon (eine abstrahierte Abbildung eines Baumes) oder eine Zeichenkette, die das Wort Baum ausdrückt. Der Begriff beziehungsweise das Ikon bezieht sich auf ein reales „Ding“,

beispielsweise den konkreten Kastanienbaum, den wir in einem Biergarten sehen.

Syntaktik, Semantik, Pragmatik

Wie finden Sie auf einem fremden Flughafen oder auf einem Messegelände schnell den Weg zum gewünschten Raum? Ganz einfach, Sie folgen den Zeichen. Allerdings ist das Lesen von Zeichen oft nicht einfach, da die Wahrnehmung visueller Elemente meist mehrdeutig ist.

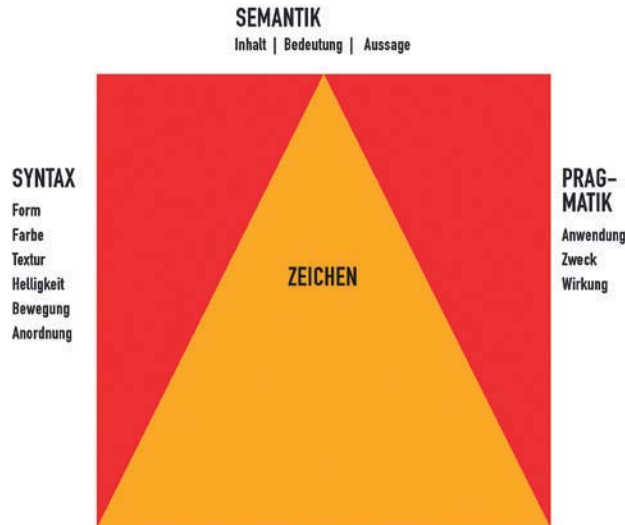
Nehmen wir beispielsweise in einem Gebäude mit 12 Etagen das Bildzeichen eines Aufzugs mit einem Pfeil nach oben und der Ziffer „1“: Bedeutet dies nun, dass der Aufzug nur vom Erdgeschoss bis zum ersten Stock hinauffährt oder ab dem ersten Stock sich zu den weiteren zehn Stockwerken bewegt?

Drei Dimensionen eines Zeichens

Folgende drei Dimensionen – Syntaktik, Semantik sowie Pragmatik – führen nach **Charles William Morris** zum Verständnis von Zeichen und Bildern.

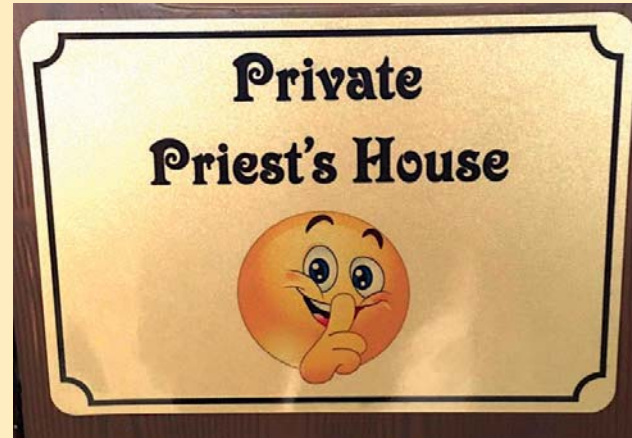
Bild 5.3

Die drei Dimensionen von Zeichen nach Charles William Morris. Nehmen wir das Beispiel einer Ampel: Syntax – Farbe Rot; Semantik – Stopp, Anhalten; Pragmatik – der Empfänger der Nachricht bleibt stehen. (Grafik © Regina Steiner)



- **Semantische Dimension:** Hier steht immer das Erkennen im Vordergrund, also die Frage nach dem Inhalt, der Aussage und Bedeutung des Zeichens. Die Frage hierzu lautet: Was wird dargestellt? Die Bedeutung eines Zeichens kann sich je nach Kontext verändern.
- **Syntaktische Dimension:** Bei der syntaktischen Dimension geht es um die Darstellung, also um Form, Farbe, Helligkeit, Textur, Bewegung und Anordnung des Zeichens. Die Frage, die Sie sich stellen sollten, lautet: Wie wird etwas dargestellt? Wikipedia beschreibt Syntaktik als „diejenige Abteilung der Semiotik (der allgemeinen Zeichenlehre), die mit den Beziehungen eines Zeichens zu anderen Zeichen zu tun hat.“⁸
- **Pragmatische Dimension:** Die dritte Dimension des Zeichens bestimmt den pragmatischen Zweck, also die Anwendung und Wirkung des Zeichens. Die Frage lautet: Welchen Zweck und welche Wirkung hat das Zeichen? Hier sollte auch nach dem Kommunikationszweck des Senders sowie des Empfängers ge-

fragt werden: Welche Absicht hat der Sender?
Welche Reaktion soll beim Empfänger ausgelöst werden?



Die drei Dimensionen der Zeichen lassen sich auch am Smiley-Emoji verdeutlichen:

- **Syntax** = Semikolon, Bindestrich und Klammer;
- **Semantik** = Spaß und Humor (Augenzwinkern);
- **Pragmatik** = Lächeln und Schmunzeln beim Empfänger. Diese besondere Variante entdeckte ich an der Wohnungstür eines Priesters in einer christlichen Kirche in Jordanien.

(Bild © Pia Kleine Wieskamp)

⁸ Definition Syntaktik auf Wikipedia: <https://de.wikipedia.org/wiki/Syntaktik/>



Experten-Interview: Mit Zeichen und Bildern international kommunizieren

Regina Steiner (Vorstellung siehe Kapitel 1) arbeitet und gestaltet „schon fast ihr ganzes Leben“ gemeinsam mit ihrem Vater, Professor Peter Steiner⁹. Nach ihrem Grafikdesign-Studium an der Akademie für Bildende Künste Stuttgart und an der Centre Universitari de Disseny i Art (EINA) in Barcelona zog es sie ins Ausland, genauer gesagt in eine Designagentur nach New York. Zurück in Stuttgart arbeitete Regina Steiner mehrere Jahre als Art Director sowie als Creative Director Art in verschiedenen Agenturen. 2004 gründete sie mit „steiner2Design“ ihre eigene Design-Agentur. Seit 2017 arbeitet die Designerin zusätzlich als Dozentin für Grafikdesign und Typografie in Mannheim.

⁹ Professor Peter Steiner: [https://de.wikipedia.org/wiki/Peter_Steiner_\(Grafiker\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Peter_Steiner_(Grafiker))



Bild 5.4 Regina Steiner (Grafik © Regina Steiner)

Pia Kleine Wieskamp: *Regina, als Diplom-Grafikdesignerin hast du in Städten wie Barcelona und New York gelebt und gearbeitet. Nun lebst du in Stuttgart und visualisierst für diverse Unternehmen verschiedenste visuelle Aufträge.*

Regina Steiner: Wo auch immer man geht und steht, nimmt man visuelle Eindrücke wahr. Lebt man in einem anderen Land mit einer anderen Sprache, bereichert dies unglaublich die eigene Wahrnehmung. Diese Erfahrungen konnte ich gerade während meines Auslandsstudiums in Barcelona und während meiner Tätigkeit in Städten wie New York machen, denn fremde Städte bieten eine extrem große Bandbreite an Eindrücken. Ich liebe es, das pulsierende Leben zu beobachten. Schon allein, wenn man nur durch die Straßen läuft (was in neuen, anderen Städten meine Lieblingsbeschäftigung ist), be-

kommt man unglaubliche Impulse, Szenen und Bilder zu sehen. Das ist überwältigend. Auch in Stuttgart studiere ich das „Leben“ meines Umfelds. Irgendetwas Spannendes gibt es immer zu entdecken. Diese Eindrücke versuche ich dann, zusammen mit meinen Recherchen und den Wünschen des Kunden, visuell umzusetzen.

Was bedeutet Visual Storytelling für dich?

Schon immer war für mich der emotionale erste Eindruck entscheidend. Visualität ist bedeutend und nimmt an Bedeutung zu, was auch extrem in der Welt der sozialen Medien sichtbar wird. Social-Media-Kanäle wie YouTube oder Instagram bestehen fast hauptsächlich aus Bildern, denn Bilder – egal ob Fotografien, Illustrationen oder weitere Darstellungsformen – werden gerade in der Welt wachsender und schneller Informationen immer wichtiger.

Bilder ermöglichen es, sehr schnell einen Gedanken auszudrücken, für den man mit Worten viel mehr Zeit aufwenden müsste. Zudem sprechen Bilder zunächst den Bauch, also das Gefühl, an. Für einen reinen Text ohne Bilder muss der Rezipient viel mehr Konzentration aufwenden, um die Botschaft zu verstehen, denn sie ist verschlüsselter. Bilder können einen Text begleiten, ihn teilweise sogar ersetzen, gerade, um eine

kurze Botschaft zu vermitteln. Zudem sind Visuals international verständlich(er).

Auch für mich als Grafikdesignerin ist die klare, einfache und emotionale Bildsprache wichtig. **Die erste Impression bleibt immer hängen.**

Was ist beim Visual Storytelling zu beachten?

Beim Visual Storytelling sollte unbedingt auf eine einfache und zugleich prägnante visuelle Umsetzung der Botschaft geachtet werden.

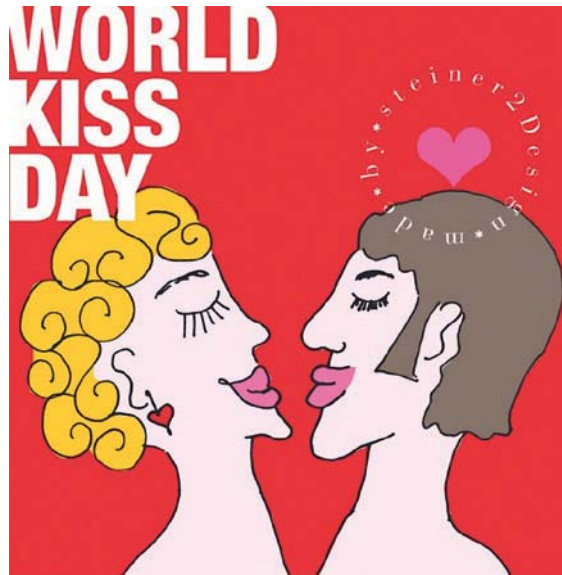


Bild 5.5

„kiss“: Eingefangen ist hier der kurze Moment vor dem eigentlichen Kuss. Es ist noch die Phase der Erwartung, der Spannung. Ursprünglich ist der Entwurf für einen Briefmarkenwettbewerb zum Thema Liebe gezeichnet worden. (Illustration © Regina Steiner)



Als **Goldene Regeln** legt Regina Steiner allen Visual Storytellern Folgendes ans Herz:

Erste Regel: Lassen Sie nicht nur zunächst Ihren Bauch und das Herz statt den Kopf sprechen, sondern visieren Sie auch genau die Gefühlsebene der Rezipienten an!

Als **zweite Regel**, beachten Sie, dass die Botschaft bereits beim ersten Blick beim Betrachter ankommt. Der erste Eindruck des Bildes geht sofort auf das „Bauchgefühl“, auf die Emotion.

Das Zitat „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ wird sehr gerne in der Welt des Visual Storytellings verwendet. Moderne Plattformen wie beispielsweise Instagram und Pinterest zeigen diese altbekannte Erzähltechnik in einer zeitgemäßen Darstellung.

Hierbei kommt die **dritte Regel** ins Spiel: Eine klare Bildsprache ist mit am wichtigsten.

Beim Visual Storytelling geht es in erster Linie um das Vermitteln von Geschichten durch visuelle Elemente. Die Erzählmethode ist hier nicht die Verwendung von narrativen Stilmitteln, sondern visueller Elemente – vor allem Fotos, Illustrationen und bewegte Bilder (Videos). Sie werden gezielt eingesetzt, um Emotionen zu transportieren. Audio- und Textelemente dienen lediglich der Ausschmückung oder ergänzen die primär

wirkende Bildsprache zusätzlich. Die Botschaft kann man sich auf diese Art und Weise noch intensiver im Gedächtnis einprägen.

Grundsätzlich gilt: *Warum* will ich eine Geschichte in Bildern erzählen? Was ist meine Motivation? Bilde einen dramaturgisch interessanten Aufbau (der sogenannte Spannungsbogen), im Mittelpunkt kann dein „Held“ stehen. Zuerst sollte die Story kurz und knapp stehen. Ausschmückt kann sie später immer noch werden. Am Ende stellt sich noch die Frage, in welchen Medien ich meine Story erzähle. Das hängt natürlich auch von der Zielgruppe ab.

Und was sollte unbedingt vermeiden werden?



Die Absoluten Don'ts sind:

- Überladene Bilder
- Unklare Strukturen im Aufbau der Story
- Unklare Strukturen im Bildaufbau
- Innerhalb einer Story zwischen verschiedenen Stilelementen wechseln
- Unverständliche, unübersichtliche Sprache (Text und Bild).

Als Grafikerin entwickelst du unter anderem das Corporate Design (CD) für Firmen. Wie gehst du dabei vor?

Zuerst muss man die „Seele“ eines Unternehmens verstehen. Das beinhaltet die Werte und auch das Bild, das ein Unternehmen von sich zeigen will. Definiert wird beim CD auch eine Bildsprache, das heißt, wie die Bilder anmuten. Werden beispielsweise Menschen gezeigt, wenn ja, auf welche Art und Weise? Sind Gesichter zu erkennen, werden Porträts gezeigt, spielt das Bild mit Schärfe und Unschärfe oder ist die Bildwelt sogar schwarz-weiß? Und, und, und . . .

Man kann auch ein Key Visual kreieren. Das ist abgesehen vom Logo ein Image-„Bild“, das für die Wiedererkennung der Marke steht. Die lila Kuh von Milka ist hier ein sehr gutes Beispiel.

Im Zusammenspiel mit der **Bildwelt**, die natürlich auch aus Illustrationen bestehen kann, kommt die **Typografie**. Auch die Schrift gibt bei der Betrachtung ein SCHRIFTBILD.

Nehmen Sie beispielsweise die unten abgebildeten Grafiken: Der erste Blick der rechten Grafik gilt dem Umriss einer Katze. Links wird mit einfachsten Mitteln der Blick durch die Kamera simuliert. Rechts ist die Silhouette einer Katze simpel umrissen, die Typografie stellt das Gesicht



Bild 5.6

Links: „world photography day“; rechts: „Wochenende mit meiner Katze“. (Illustration © Regina Steiner)

dar. Das H und das Y symbolisieren die Augen und des END die Schnauze.

Die Schriftart drückt zusätzlich das Bild eines Unternehmens aus. Dann gibt es natürlich noch die **Farbwelten**. Dazu muss man auch austesten, welche Farben miteinander harmonieren, welche bilden einen Kontrast. Was will man mit der Farbwelt ausdrücken oder bleibt man bei Schwarz-Weiß? Bewegt man sich in einer sehr bunten Umwelt, erzeugt Schwarz-Weiß eine große Aufmerksamkeit. Hier weiter ins Detail zu gehen, würde allerdings den Rahmen sprengen. Über die Entstehung eines Corporate Designs gibt es ganze Bücher . . .

Regina, was bedeutet Bildsprache für dich?

Oft bestimmt man beim Betrachten eines Motivs schon den Ausschnitt. Es gibt auch immer

kleine Kabbeleien zwischen dem Gestalter und dem Fotografen, wer über den Ausschnitt bestimmen darf. Ein guter Fotograf erkennt schon den perfekten Ausschnitt beim Fotografieren, den der Grafiker später verwenden oder „zerstören“ könnte. Andererseits braucht der Gestalter immer etwas „Fleisch“, denn je nach Endformat muss man ein Bild gut einsetzen können. Gibt man einem Bild mehr Kontrast, wird der Gesamteindruck härter, das kann vor allem in Schwarz-Weiß spannend sein.

Zur eigenen Bildsprache kann man vor allem durch das Ausprobieren kommen. Einfach verschiedene Stile austesten, dann merkt man sehr schnell, welche Richtung einem liegt. Diesen Stil kann man dann verfeinern und ausarbeiten, bis man zu seiner ganz eigenen Handschrift gelangt.

Sind Schriften auch Visuals für dich?

Auf jeden Fall. Ein Schriftbild ist auch ein visueller Eindruck. Die einzelnen Buchstaben oder Schriftzeichen bilden, gekonnt zusammengesetzt, ein visuelles Bild. Ein simples Beispiel dafür ist der Smiley, gebildet aus den Schriftzeichen: :)

Mit der Typografie wird ein Bild „gemalt“. Hierbei besteht auch die Möglichkeit spielerisch mit Schrift umzugehen und durch Schrift Elemente ein Bild entstehen zu lassen. Durch die

Anordnung der Buchstaben und auch durch die Schriftwahl wird die Aussage betont. Denken Sie nur an Visuelle Poesie.¹⁰

Bekanntere Vertreter für experimentelle Typografie sind zum Beispiel Jan Tschichold und Kurt Weidemann. **Jan Tschichold**¹¹ gilt als Meister der traditionellen typografischen Praxis, insbesondere der Buch- und Lesetypografie. Kurt Weidemann¹² zählt zu den einflussreichen und wichtigen Typografen des 20. Jahrhunderts. Ein sehr schönes Zitat von ihm lautet: „Inhalte können erst gestaltet werden, wenn Kreativität freigesetzt wird.“¹³

10 Visuelle Poesie ist laut Wikipedia „ein Sammelbegriff für alle Arten von Poesie oder Dichtung, bei denen die visuelle Präsentation eines Textes ein wesentliches Element der künstlerischen Konzeption darstellt.“: https://de.wikipedia.org/wiki/Visuelle_Poesie Auch in der Konkreten Poesie wurden textuelle Elemente zur Visualisierung des Inhalts genutzt. Ein Beispiel ist hierbei der verwendete **Apfel von Reinhard Döhl** (1965).

11 Wikipedia: Jan Tschichold: https://de.wikipedia.org/wiki/Jan_Tschichold

12 Wikipedia: Kurt Weidemann: https://de.wikipedia.org/wiki/Kurt_Weidemann

13 Zitiert nach: https://www.nur-zitate.com/autor/Kurt_Weidemann.html

Regina, nun nutzt du auch verschiedene Techniken und Stilmittel wie Fotografie, Illustration? Wann beziehungsweise für welche Situation verwendest du was?

Der Einsatz verschiedener Techniken und Stilmittel ist für mich abhängig von dem jeweiligen Thema und natürlich auch von dem Kunden, seiner Branche (Marktumfeld) und seinem Mitbewerberumfeld. Auch eine Kombination von beidem ist denkbar. Aber das ist individuell komplett unterschiedlich.

Bei Produktpräsentationen, wenn ich konkret das Produkt des Kunden zeigen möchte, ist es meistens sinnvoll, dieses zu fotografieren. In einem solchen Fall würde ich es nur illustrieren, wenn eine Fotografie nicht möglich ist. Bei Produkten, die noch nicht fertig produziert wurden (beispielsweise der Planung eines Messestands), ist es natürlich möglich, eine fotorealistische Visualisierung zu erstellen.

Auf Illustrationen greife ich meistens zurück, wenn ich auf ungewöhnliche Weise etwas ausdrücken will. Dabei ist mein **Illustrationsstil** eher plakativ, das sticht meistens gleich ins Auge. Natürlich ist es auch möglich, mit Fotografien Ungewöhnliches auszudrücken, aber dazu reicht in den meisten Fällen das Budget nicht

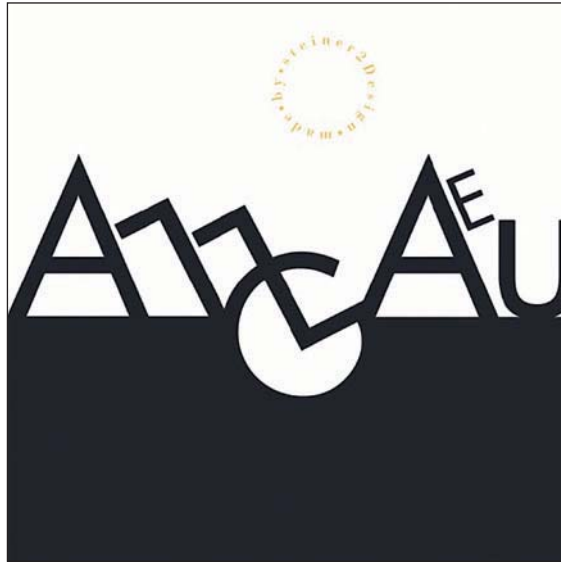


Bild 5.7 Allgäu: Typografische Umsetzung der Berge und Täler der Allgäuer Alpen. (Illustration © Regina Steiner)

aus. Diese Investition leisten sich normalerweise Konzerne, doch auf Einzelkämpfer, wenn auch mit einem großen Netzwerk, greifen diese selten zurück.

Nun sieht und erkennt jeder Mensch beim Betrachten eines Bildes etwas Unterschiedliches.

Wie gehst du als Visualisiererin (Erzählerin) vor, um dich verständlich auszudrücken?

Man kann nur versuchen, eine allgemein verständliche Bildsprache zu finden. Dennoch wird es immer verschiedene Interpretationsausrichtungen geben. So unterschiedlich die Menschen sind, so unterschiedlich sind auch deren Ansichten. Ich versuche, so klar und deutlich wie möglich ein Bild zu skizzieren, sodass es auf den ersten Blick zeigt, was man damit sagen will. Je einfacher, desto verständlicher.

Und woher nimmst du deine Ideen?

Meine Ideen beziehe ich aus allen Quellen, die mir täglich begegnen. Am ergiebigsten – auch in digitalen Zeiten – sind immer Bücher. Es gibt zu allen Themengebieten fantastische Bücher, jeder sollte eine gut sortierte Bibliothek besitzen. Ich liebe es, in meinen Büchern zu blättern, immer mit meinem Skizzenblock daneben, damit ich aufblitzende Ideen sofort festhalten kann. Oft hat das Thema, das ich suche, gar nichts mit den Abbildungen zu tun, die ich durchsehe, aber das ist ja gerade das Spannende, eigene Querverbindungen herzustellen.

Oft sehe ich auch nur aus dem Fenster und lasse meine Gedanken schweifen, auch bei meinen Zugfahrten nach Mannheim kommen beim

Betrachten der vorbeifahrenden Landschaft kleine Ideenansätze.

Ein weiterer Ideenfundus ist es, einfach durch die Straße zu laufen oder sich in ein Café zu setzen und die Menschen um einen herum zu beobachten.

Natürlich ist eine der Hauptquellen trotz allem, im Internet zu stöbern. Es ist einfach am schnellsten und am einfachsten, durch das Internet zu surfen. Die kuriosesten Dinge bekommt man zu sehen, wenn man nach verschiedenen Schlagworten sucht. Ansonsten sind Quellen die Portfolios anderer Designer und Agenturen, auch Plattformen wie Behance, Instagram, Domes-tika, Pinterest oder Ello (<https://ello.co/>).

Zusammengefasst: Anregungen bekommt man aus fast allem, was man durchsieht. Kreative sollten sich durchaus auch von anderen Gestaltern inspirieren lassen, allerdings muss nach aller Inspiration die eigene Kreation erstellt werden und nicht nur eine Kopie.



5.3 Jetztzeit: Mit Emojis sprechen

Wer kennt sie nicht, die netten kleinen **Ideogramme**¹⁴, welche unsere Gefühle widerspiegeln oder auch einfach nur Zustände, Statements, Situationen, Tätigkeiten oder Wörter visualisieren. Die Rede ist von Emojis (Japanisch für Bildschriftzeichen), die zunächst in Chats, SMS und E-Mails verwendet wurden. Sie finden überall dort Verwendung, wo wenig Platz und Zeit für viele Worte ist. Mittlerweile haben sie unsere Kommunikationswelt in einem Ausmaß erobert, dass sie nicht nur online, sondern auch gedruckt, beispielsweise in Anzeigen, verwendet werden.

Emojis als Zeichen der Bildsprache

Emojis und Emoticons (Emotions + Icons = Emoticons) werden verwendet, um in der Welt der

¹⁴ Ein Ideogramm ist ein Zeichen, das symbolisch für einen Begriff steht (wobei aber die wörtliche Formulierung nicht festgelegt ist): <https://de.wiktionary.org/wiki/Ideogramm>



Bild 5.8

Emojis erobern auch die nicht-digitale Welt, wie diese Eiskarte eines Cafés im München-Haidhausen zeigt. (Bild © Pia Kleine Wieskamp)

schnellen Nachrichten und Chats auch in wenigen Zeichen Gefühle ausdrücken zu können. Wikipedia bezeichnet ein Emoji als ein „Ideogramm, das insbesondere in SMS und Chats längere Begriffe ersetzt.“¹⁵ Um diese visuellen Zeichen ver-

¹⁵ Wikipedia: Emoji: <https://de.wikipedia.org/wiki/Emoji>

stehen zu können, bedarf es allgemein gültiger Ansprachen (Codes). Schnell lernen und einigen wir uns in sozialen Netzwerken, dass ein Zeichen wie etwa ein Daumen-hoch so viel wie „gut“, „toll“, „o.k.“ oder „ich bin einverstanden“ beziehungsweise „ich bin deiner Meinung“ bedeutet. Manche Zeichen werden, einmal akzeptiert, schnell auch plattformübergreifend verwendet.



Bild 5.9 Künstler halten Einzug in die Emoji-Galerie: Die Galerie Cantor aus Los Angeles kreierte Künstler sowie deren Kunstwerke als Emojis und stellte diese auf Instagram vor.¹⁶ (Bild: Art Emoji © Cantor Fine Art, Los Angeles)

¹⁶ Art Emojis der Cantor Fine Art, Los Angeles: https://www.yatzer.com/sites/default/files/media/slideshow/17_art_emoji_cantor_fine_art_yatzer.jpg

Emojis als universelle Bildsprache

Die Vorteile der Verwendung von Emojis liegen auf der Hand: Sie sind schnell einsetzbar und werden von Menschen auf der ganzen Welt verstanden.

Egal ob auf Facebook- oder Instagram-Posts, in Messenger-Nachrichten, bei Gesprächen einer Online-Community, in E-Mails oder auf Twitter, verbindet heutzutage eine Tatsache alle schriftlichen Kommunikationskanäle: Reiner Text reicht nicht mehr aus. Um beim Schreiben die eigenen Gefühlszustände und Stimmungen verdeutlichen zu können und Stilmittel wie Ironie kurz und schmerzlos auszudrücken, werden Emoticons und Emojis verwendet. Bei Emoticons handelt es sich um schriftliche Symbole wie Punkte, Kommata und Klammern, die in einer speziellen Reihenfolge angezeigt beispielsweise ein lächelndes oder trauriges Gesicht zeigen. Aus ihnen entwickelten sich die Emojis, die Emotionen und Gefühle, aber auch komplexe Zusammenhänge einfach mit einem Bild darstellen. Emojis bilden ab, wie Menschen miteinander kommunizieren. Reichten anfänglich ein weinender und ein lachender Smiley, gibt es mittlerweile auch grauhaarige Smileys für die „Generation 55+“.

Emojis sind eine international verwendete visuelle Sprache. Die Anzahl der Plattformen, die die Verwendung von Emojis anbieten, sowie die der verwendeten Emojis wächst ständig.

Jeremy Burge, Gründer von Emojipedia und Erfinder des **World Emoji Day**¹⁷, kommt zu folgenden Beobachtungen: „*Emojipedia konnte feststellen, dass die beliebtesten Emojis nach wie vor Smileys, Herzen, Menschen und Handgesten (Daumen hoch, etc.) sind. Obwohl es eine lange Liste mit Tieren, Sportarten, Gegenständen und Symbolen gibt, scheint es, als ob die Menschen lieber sich selbst oder eine Darstellung ihrer Gefühle in ihren geposteten Emojis sehen möchten.*“

Auf der Website emojipedia.org können Sie die gängigsten Ideogramme für einen Begriff finden. Neben den üblichen zweidimensionalen Grafiken werden mehr und mehr animierte Emoji-GIFS, **Animojis**¹⁸, verwendet.



Die Website <https://emojipedia.org> bietet die Möglichkeit, nach vorhandenen Emojis für einen Begriff zu suchen.

¹⁷ Jeremy Burge zu den beliebtesten Emojis: <https://www.brandwatch.com/de/reports/emoji-report/view/>

¹⁸ Link zu animierten Emojis, den Animojis: <https://emojipedia.org/animoji/>



Emojis & Emoticons

Emojis wurden von dem Designer Shigetaka Kurita in den 90er-Jahren entwickelt und können neben Gefühlen beispielsweise auch Berufsgruppen, Tätigkeiten oder Transportmittel darstellen.

Das Wort Emoticon setzt sich aus **Emotion** (Gefühl) und **Icon** (Zeichen) zusammen und wird im Duden als „EDV-Zeichenkombination, mit der in einer E-Mail eine Gefühlsäußerung wiedergegeben werden kann“ aufgeführt.

Anfang 2018 veröffentlichte die Monitoringfirma Brandwatch einen Emoji-Report¹⁹, in welchem sie sechs Milliarden Emojis analysierte, die in den letzten zwei Jahren auf Twitter geteilt wurden. Sie stellte fest, dass durchschnittlich 75 Prozent der Emojis auf Twitter positiv und nur 25 Prozent negativ sind. Allerdings „stieg in den letzten zwei Jahren die Nutzung von negativen Emojis von 23,2 Prozent auf 25,4 Prozent – das ist ein Anstieg von 9,5 Prozent.“ Der deutliche Anstieg negativer Emojis spiegelt politische Situationen wie die US-Präsidentschaftswahl so-

¹⁹ Emoji-Report 2018 der Firma Brandwatch: <https://www.brandwatch.com/de/reports/emoji-report/view/>



Praxis-Tool: Personalisierte Emojis

Wer seine Story mit passenden und auch noch individuellen Emojis versehen möchte, kann diverse Apps zur Erstellung unverwechselbarer Emojis nutzen.

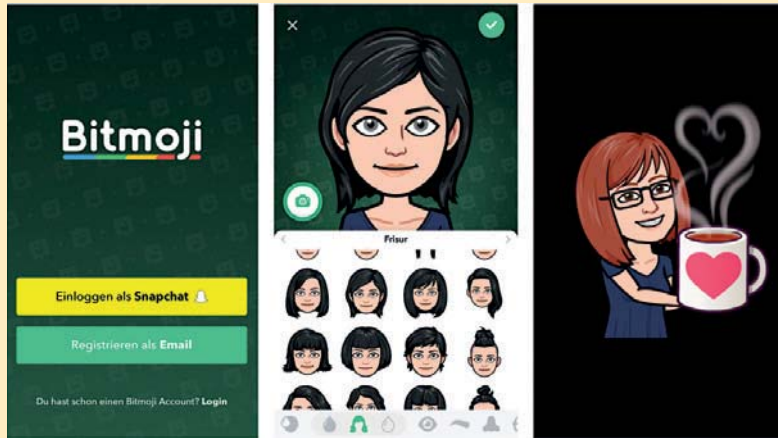


Bild 5.10 Die für Apple-Betriebssysteme verwendete App Bitmoji ermöglicht Ihnen Avatare individuell anzupassen: Es können beispielsweise die Kopf- und Körperform, Nase, Augen, Mund, Brille, Augenfarbe, Haarschnitt, Haarfarbe, Teint und Kleidung ausgesucht und angepasst werden. Sie sehen im Screenshot oben rechts eine Angleichung meines Avatars an meine Person. (Screenshot © <https://www.bitmoji.com>)

wie den Austritt Großbritanniens aus der EU (Brexit) wider: „Wir analysierten 6 Milliarden Emojis, die auf Twitter in den letzten zwei Jahren geteilt wurden und fanden heraus: Wie durch Trump die Nutzung von Emojis um 22 Prozent anstieg...“²⁰

Emoji-Trends: 2018 wurden 157 neue Emojis vorgestellt. Obwohl die Emojis anmuten, als ob sie zufällig von der Community entwickelt wurden, werden sie geplant erstellt. Verantwortlich für die grundlegende Gestaltung dieser kleinen visuellen Zeichen ist in großen Teilen das Unicode-Konsortium²¹, das die Grundlagen der Emojis für die einzelnen Hersteller legt. Auf dieser Basis entwickeln und individualisieren Software-Entwickler, beispielsweise von Samsung, Microsoft oder LG, die kleinen Bildchen für ihre Betriebssysteme, Nutzeroberflächen oder haus-eigene Messenger. Die Gesamtanzahl der Emojis liegt derzeit bei 2784, wovon das Konsortium 2018 allein 157 neue Emojis – unter anderem die Storytelling-Emojis der Superhelden und Super-schurken – vorstellte.

²⁰ Zusammenfassung des Emoji-Reports von Brandwatch: <https://www.brandwatch.com/de/reports/emoji-report/#download>

²¹ Website des Unicode-Konsortiums für Emojis: <http://www.unicode.org/reports/tr51/tr51-15.html>

AR-Emojis

Den Animoji-Startschuss gab der Technologieriese Apple bei der Vorstellung des iPhone X Ende 2017. Seither haben zahlreiche andere Hersteller wie Samsung und Huawei die beweglichen Emojis in das eigene Portfolio aufgenommen. Ob sich die neue Technologie allerdings auch langfristig durchsetzen wird oder genauso wie die HD DVD nach kurzer Zeit verschwindet, ist zum derzeitigen Zeitpunkt noch offen.

Die Zukunft der Smileys und Emojis: Gerade bei Emojis sind der technische Fortschritt sowie die rasante Weiterentwicklung der verwendeten Bildzeichen gut sichtbar. Mit der Entwicklung und Optimierung der Gesichtserkennung sowie fortschreitender Möglichkeiten von Augmented Reality auf Smartphones haben auch Smileys ein Upgrade erhalten: Als **Animojis** beziehungsweise AR-Emojis bieten sie die Möglichkeit, Emojis zu personalisieren. Hierbei werden die Gesichtszüge einer Person gescannt und auf einen beweglichen Smiley übertragen. Die Übertragung der Mimik muss nicht zwingend auf einen menschlichen Avatar geschehen. Auch auf Tiere, wie die unten verwendete Katze, oder erfundene Charaktere kann die eigene Mimik kopiert werden.



Bild 5.11

Diese animierte Katze bewegt sich wie eine mit der Videofunktion der Smartphonekamera aufgenommene reale Person. (Screenshot © Pia Kleine Wieskamp)

5.4 Der Vater der Emojis: Die Bildsprache des Künstlers Keith Haring

Kennen Sie den US-Künstler **Keith Haring**? Falls sich Ihnen der Name des Künstlers nicht eingeprägt hat, werden Sie bestimmt seine Kunstwerke erkennen, wenn Sie sie sehen.



Seine Motive, seine Icons von Hunden oder Babys begegnen uns fast überall. Wir finden sie auf Speisekarten, an Häusermauern, am Strand von Tel Aviv oder auf T-Shirts. Die Figuren sind immer noch modern, zeitlos und scheinbar einfach kopierbar.

Ich gestehe, dass ich gerade diesen Künstler sehr mag und wann immer ich eine Möglichkeit finde, seine Werke zu sehen, nehme ich sie wahr. Keith Haring ist ein ideales Beispiel, um gut funktionierende Bildsprache in der Praxis zu demonstrieren. Kaum ein anderer Künstler nutzte und entwickelte in seinem Lebenswerk mithilfe von Icons eine solch unverwechselbare Bild-

sprache wie Keith Haring. Der Graffiti-Künstler Keith gilt als „Nachkomme“ der Warhol-Pop-Ära, der die Kunst auf die Straße brachte.

Keith Haring nutzte in seinen Bildern eine Mischung aus Cartoons, Graffiti und alten ägyptischen Symbolen. Er studierte die Menschen und deren Alltag mit ihren Gesten, Haltungen, Gebärden, Interaktionen und setzte dies zu „Bildercodes“ zusammen, die alle die Aufgabe hatten, leicht lesbar und konsumierbar zu sein.

Keith Harings Journals²² weisen auf die Tatsache hin, dass er sich mit der Bildzeichenschrift der Ägypter beschäftigte und von dieser ausgehend den Anstoß erhielt, seine persönliche Bildsprache zu entwickeln. Mit seinen festen Linien, den klaren, beinahe comichaften figürlichen Motiven entwickelte er einen unverkennbaren Stil: eine Bildsprache, die sofort verstanden wird und mit großer Unmittelbarkeit wirkt. In seinen Arbeiten engagierte er sich unter anderem für politische und soziale Themen wie die Bekämpfung von Gewalt und Aids. Hier zeigte sich seine Gabe, komplexe Sachverhalte scheinbar einfach und plakativ darzustellen.



Bild 5.12

Am Strand von Tel Aviv entdeckte ich 2015 diese Lichtskulptur, die an Keith Harings Figuren erinnert. (Bild © Pia Kleine Wieskamp)

²² Lesetipp: Keith Haring Journals, Penguin Books Ltd. 2011

Nehmen wir beispielsweise Keith Harings rechts abgebildetes Wandbild „Gemeinsam gegen AIDS“, das er in Barcelona gemalt hatte. Es sollte die Menschen über die Krankheit, von der auch Haring betroffen war, aufklären. Keith Haring wollte gerade dieses in der Öffentlichkeit „heikle“ Thema in den Mittelpunkt stellen, um Menschen zu Gesprächen anzuregen: Man bedenke den Kontext mit dem kulturell katholischen Umfeld Spaniens Ende der 80er-Jahre und einer Krankheit, die zunächst und oberflächlich betrachtet nur homosexuelle Menschen betraf.

Das lange, horizontale Gemälde zeigt eine eher düstere Geschichte von Drogen, Krankheit und Tod. Bewusst nutzt Haring eine kräftige rote Signalfarbe und er lässt letztendlich „das Gute über das Böse“ siegen: In großen Lettern schreit die optimistische Botschaft „Todos juntos podemos parar el sida“ (Gemeinsam können wir AIDS stoppen) den Betrachter geradezu an. Mit dieser Botschaft lebt Keith Harings Vermächtnis weiter. Seine Botschaft wirkt nach all den Jahren immer noch durch die kraftvolle und intensive Einfachheit der Bilder, einer allgemein und international verständlichen Bildsprache.

Haring schuf eine Bildsprache aus Piktogrammen und Bildzeichen, seinen Hieroglyphen.

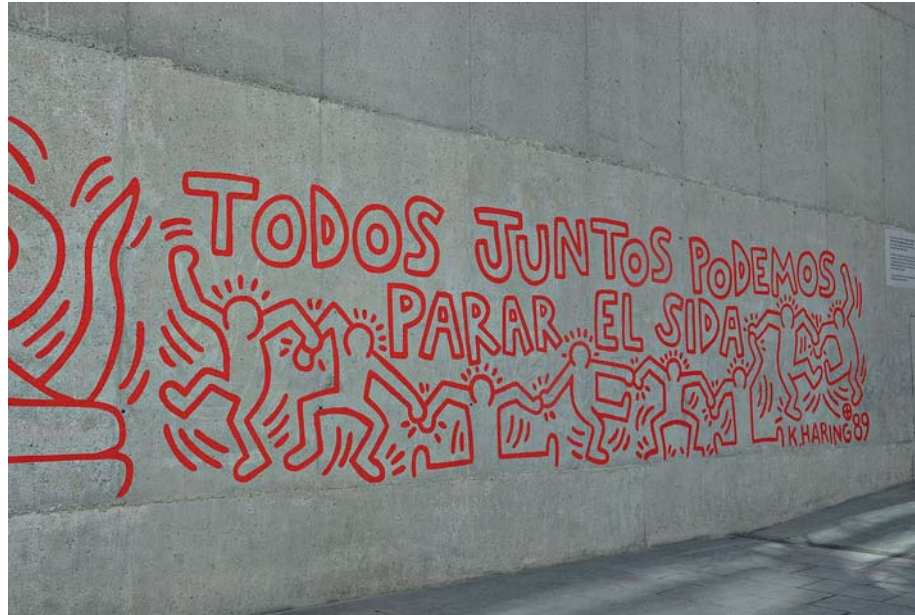


Bild 5.13 Dieses Wandgemälde entstand spontan und schnell in einer Winterwoche im Jahr 1989. Schnell entpuppte sich das „bleibende Denkmal“ als vergänglich, da die Farben verblassten. Das Foto zeigt die Rekonstruktion des Wandgemäldes von Keith Haring. Das Museum für zeitgenössische Kunst in Barcelona sowie die Keith Haring Foundation haben die ursprüngliche Malerei wiederhergestellt, sodass das Werk seit 2014 wieder bestaunt werden kann. (Bild: Keith Haring: Reproduccion del mural en el Macba de Barcelona © Alberto-g-rovi²³)

²³ Keith Haring: Reproduccion del mural en el Macba de Barcelona – Bild © Alberto-g-rovi: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mural_de_Keith_Haring.JPG



Video-Tipps

Falls Sie mehr über Keith Haring und die Zeit, in der er lebte und welche er verbildlichte erfahren möchten, schauen Sie sich das Video „The Keith Harings Documentary“ auf YouTube an: https://youtu.be/GPlzHR_WyVA.

Ein **weiterer Videotipp** ist der deutschsprachige Film, der „(fast) Die ganze Wahrheit über Keith Haring“ erzählt, produziert von Arte. Link zum Video: <https://youtu.be/JefIbC6mTMg>

Einen Einblick in die Ausstellung „**Keith Haring – The Alphabet**“ erhalten Sie in dem folgenden YouTube-Video: <https://youtu.be/1wvc3MBqR9I>.

24 Dr. Jürgen Döring, Leiter der Abteilung Grafik am Museum für Kunst und Gewerbe in Hamburg, Presstext zur Ausstellung „Keith Haring. Posters“, Seite 2: https://www.mkg-hamburg.de/fileadmin/user_upload/MKG/Presse/2016_Keith_Haring/1_MKG_Keith_Haring-Posters_Presstext.pdf.

25 Interview mit Dieter Buchhart: „Keith Harings universelle Bildsprache funktioniert wie heute Emojis“ auf Art in Words: <https://artinwords.de/dieter-buchhart-keith-harings-universelle-bildsprache-funktioniert-wie-heute-emojis/>

Dr. Jürgen Döring, Leiter der Abteilung Grafik am Museum für Kunst und Gewerbe in Hamburg beschreibt in einem Presstext zur Ausstellung „Keith Haring. Posters“ die Bildsprache Harings folgendermaßen:

„Harings Themen sind die großen Themen des Lebens: Liebe und Sex, Gewalt und Tod. Er entwickelt Kürzel für Hunde und Engel, für Gut und Böse. Oft meint man, diese Bilder seien schnell zu erfassen, weil sie aus scheinbar einfachen Linien bestehen, muss aber bald eingestehen, dass sie sich fast immer der Eindeutigkeit und verbalen Festlegung entziehen.“²⁴

Vorläufer der Emojis

Harings Bildsprache wird von Dieter Buchhart, dem Kurator der Wiener Ausstellung „The Alphabet“ als Vorläufer der heutigen Emojis bezeichnet. So betont Buchhardt in einem Interview: *„Es geht mir darum zu zeigen, dass Keith Haring mit seinem Alphabet, seinen Bildworten eine ganz eigene Bildsprache entwickelt hat. Diese funktioniert gleichsam als universelle Sprache, so wie heute Emojis eingesetzt werden. Für mich ist Haring ein Vorläufer dieser Art zu kommunizieren. Der Smiley wurde in den 60ern erfunden und ab den 70ern vermarktet. Das zu einer Bildsprache weiterentwickelt zu haben, ist die Leistung von Keith Haring.“²⁵*



Harings Wort-Bilder

Die Bild-Zeitung²⁶ veröffentlichte in dem Artikel „Keith Haring (†31) ebnete Emojis den Weg“ zum 60. Geburtstag des Künstlers folgende Bedeutung von Keith Harings Wortbildern:

- *Baby – steht für das Unberührte, unkorruptiert, unschuldig*
- *Hund – ursprünglich bedeutungsfrei, kontextabhängig wurde ihm eine Bedeutung beigegeben, z. B. tanzender Hund für Bewegung, Breakdance, bellender Hund steht für Angst*
- *Kreuz – Macht der Kirche*
- *Herz – steht für das Leben und die Liebe*
- *Smiley Face – das glückliche Gesicht, das Streben nach dem Glücksgefühl und Lebensglück*

Bildsprache für Jedermann: Keith Harings Credo war „Kunst ist für jeden“ zu schaffen. Anstatt seine Werke in Museen auszustellen, brachte er sie dorthin, wo sich die Menschen aufhalten – an öffentliche Plätze wie U-Bahn-Schächte und Hauswände. Der Ansatz der **Virali-tät** stecke bereits in Keith Harings Bildsprache.

Die österreichische Zeitschrift Kurier schreibt: „*Bunt ist sein Werk, verführerisch einfach, es ist ein Figuren- und Code-Alphabet, in dem sich der Smartphonebenutzer und Popkulturmensch von heute wohl fühlt.*“²⁷



Tipp

Schauen Sie sich auch das Blog „Keith Haring’s Journals“ an. Hier wurden die von der Keith Haring Foundation gescannten Journal-Seiten von 1971 bis 1989 veröffentlicht:
<http://keithharing.tumblr.com>.

26 In dem Artikel „Keith Haring (†31) ebnete Emojis den Weg“ bildet die Bild eine Bedeutung von Keith Harings Wortbildern ab: <https://www.bild.de/lifestyle/kultur/keith-haring/keith-haring-60-geburtstag-55481692.bild.html>

27 „Emojis aus bitteren Zeiten: Keith Haring in der Albertina“, in: Kurier. at: <https://kurier.at/kultur/emojis-aus-bitteren-zeiten-keith-haring-in-der-albertina/313.966.196>



Bild 5.14 In dem pittoresken irischen Städtchen Dalkey bei Dublin sind diese Haring-ähnlichen Schilder zu sehen. Die Irish Heart Initiative²⁸ ahmt nicht nur die Menschen-Icons mit dem Herz und den Strahlen, sondern auch die plakativen Farben Harings nach. (Bild © Pia Kleine Wieskamp)

28 Die Irish Heart Foundation schildert Wanderwege mit Schildern aus, die an Icons von Keith Haring erinnern: <https://irishheart.ie>. Siehe auch die PDF zu den Wanderwegen und den „Urban Directional Signs“ auf https://irishheart.ie/wp-content/uploads/2017/01/Sl__na_Sl__inte_Community_set_up_guide.pdf

Harings Bild-Alphabet

Keith Harings Symbole und Icons finden heute vielfach kopiert und leicht abgewandelt Verwendung, da sie so einfach und verständlich scheinen. In Irland fiel mir zum Beispiel die Ausschilderung der Wanderwege auf: Hier erinnert nicht nur die linienartige Darstellung des Wanderers an Harings Bilder, sondern auch weitere Symbole aus Keith Harings Bildalphabet wie der Strahlenkranz und das Herz wurden hier verwendet.

Haring entwickelte bewusst eine Zeichensprache aus der Erkenntnis heraus, dass Bilder wie Wörter funktionieren können. Er versuchte, die Welt in einem Alphabet der Bilder fassbar zu machen. In dem über 15 Meter langen Werk „The Matrix“ wird Harings Bild-Vokabular fast vollständig abgebildet. Ein zentraler Aspekt, der als ein Hauptanliegen seiner Kunst gelten kann, ist Harings Kreation einer Zeichensprache, die sich als Alphabet wie ein roter Faden durch sein gesamtes Schaffen zieht. So entwickelte er zwischen 1978 und 1982 sein Formenvokabular, eine Art geometrisches Alphabet. Dabei schuf er mit seinen krabbelnden Babys, Strichmännchen oder Hunden mit Strahlenkranz eine Sprache, die jeder Mensch leicht verstehen sollte. Ob das

kriechende Baby, die Pyramide oder die fliegende Untertasse – Keith Harings Motive und sein Stil sind auch nach Jahrzehnten immer noch ein Teil unserer visuellen Alltagssprache. Eine besonders wichtige Rolle in Harings Werk nimmt beispielsweise der Hund – ob bellend, heuchelnd oder beißend, beschützend oder zerreißend – ein. Manchmal erinnert der Hund an den ägyptischen Totengott Anubis oder er erscheint als vom Strahlenkranz umgebenes Wesen, das Gewalt ausdrückt. Ein weiteres immer wiederkehrendes Symbol ist die Darstellung des Menschen in linienförmigen Figuren. Obwohl Harings visuelle Bild-Wort-Sprache sehr persönlich ist, erhebt sie einen universelleren Anspruch und spiegelt den Zeitgeist wider: von Mickey Mouse mit Dollarzeichen über das „Radiant Baby (Baby im Strahlenkranz)“, den bellenden oder tanzenden Hund und das UFO bis hin zur Glühbirne. Prähistorisch anmutende Piktogramme treffen hier auf Popkultur.

Harings Bildsprache, die Kraft seiner Icons, ist eine eigene Kommunikationsform, die mit sparsamen Zeichen und Linien auskommt. *„Innerhalb aller Formen wohnt eine Grundstruktur mit wenigen Linien, die auf das Gesamtobjekt hinweist und selber zum Symbol wird“*, sagte er 1978.

Verwendung von Archetypen

Harings Themen kreisen um „Liebe, Sex, Leben, Gut, Böse, Gewalt und Tod“. Er spricht mit seinen Bildern Archetypen an – sowohl in der Themenauswahl als auch in der Typisierung bestimmter Menschengruppen.

Seine Figuren stehen für Grundtypen der menschlichen Existenz und grundlegende Bedürfnisse. Die „Strichmännchen“ ermöglichen es dem Betrachter, sich stellvertretend zu identifizieren, etwa mit dem liebenden Vater oder dem liebenden Menschen. Seine Szenen übermitteln einprägsam ganze Geschichten in wenigen Linien und Farben. (Zum Thema Archetypen siehe auch Kapitel 7.)



Experten-Interview: Blub, Zeichen setzender Florentiner Graffiti-Künstler

In Florenz, der Geburtsstadt der Renaissance, gibt es weit mehr als bekannte Meisterwerke zu entdecken. Von Florenz geht eine neue Kunstart aus: Die Kunst der Zeichen für jedermann auf Straßenschildern, elektrischen Verteilerkästen und Hauswänden in der Öffentlichkeit. Zwei

Künstler stechen aufgrund ihrer Viralität und der Bildsprache aus der Vielzahl der „Streetart“-Künstler hervor: Blub und CLET. Sie verteilen wie viele weitere Künstler ihre Kunstwerke in der ganzen Stadt, um ein breites Publikum anzusprechen, Interesse zu wecken und zum Nachdenken anzuregen. Auf Social-Media-Kanälen wie Instagram, Pinterest und Facebook werden ihre Werke weltweit verbreitet.

Der bisher anonym wirkende Künstler **Blub** hat sich mit seinem unverwechselbaren Stil mit der Serie „L’arte sa nuotare“, also der „Kunst, die weiß, wie man schwimmt“ über Florenz und Italien hinaus einen Namen geschaffen.

Bild 5.15 Die Bildserie „L’arte sa nuotare“ des anonymen Künstlers Blub findet sich zunächst auf Verteilerkästen der Stadt Florenz. Die Motive reichen von Zitaten von Kunstwerken und Gemälden der Vergangenheit – wie auf dem linken Foto der tauchende David nach der berühmten Skulptur des Künstlers Michelangelo – bis hin zu Personen des öffentlichen Lebens wie bekannte Sportler. (Bild © Pia Kleine Wieskamp)



Die Protagonisten seiner Gemälde scheinen im Wasser zu versinken, beinahe zu ertrinken. Jedoch wirft Blub in ihre Richtung Rettungsanker aus, da sie alle mit Tauchermaske und Schnorchel nicht untergehen, sondern weiter- und überleben können.

Ursprünglich gestaltete der Künstler historische Kunstzitate, idealerweise aus einem Museum in der Nähe des Ortes, an dem er seine Kunst in der Öffentlichkeit präsentierte. Er platzierte seine Bildzitate in einer Unterwasserwelt, um sie dem Betrachter in einer neuen, frischen Umgebung zu zeigen und dadurch den Mantel des angestaubten, althergebrachten zu untergraben. Kunstwerke in einem neuen Kontext gesehen, bieten dem Betrachter die Möglichkeit, diese neu und unvoreingenommen zu entdecken.

Blub hat schon einige Ikonen der Kunstgeschichte, etwa die Venus von Boticelli, sowie bekannte Persönlichkeiten in Florenz auf Gas- und Elektrokästen sowie Hauswänden mit kleinen quadratischen Plakaten angebracht. Allen gezeigten Helden steht das Wasser buchstäblich bis zum Hals, wären dort nicht die Taucherbrillen, mit deren Hilfe sie sich an das neue Umfeld anpassen können. „L'arte sa nuotare“ (Die Kunst kann schwimmen), so lautet die Streetart-Serie



Paste-Up

Der Künstler Blub nutzt Paste-Ups, eine Möglichkeit der Streetartkultur, um Kunstwerke in Form eines Plakats mit Kleister oder Leim an einem Objekt zu befestigen. Der Vorteil von Paste-Ups ist, dass sie in der Regel die Hauswand nicht auf Dauer beschädigen. Es ist eine Form der vergänglichen Kunst, das Papier verblasst, löst sich auf und blättert ab.

des Künstlers. Zunächst holte er historische Figuren aus den Museen zurück in das alltägliche Leben auf die Straße.

Warum er dies macht, verrät Blub in dem Kurzinterview per E-Mail:

Pia Kleine Wieskamp: *Blub, wie begann Ihre Idee, öffentliche Verteilerkästen zu bemalen?*

Blub: Alles startete im Oktober 2013, in einem kleinen spanischen Ort mit dem Namen Cadaques. Dort bemalte ich auf Wunsch enger Freunde eine metallene Verteilerbox einer Straße. Inspiriert von dem erstaunlichen Ort, an dem ich mich befand und dem guten Wein, malte ich ein Kind mit lockigem Haar und einer Tauchmaske, inspiriert vom Sohn meiner Freundin. Als ich nach Florenz, meiner Heimatstadt, zurückkam, malte ich die Gioconda, die Dame mit Hermelin

und Leonardo Da Vinci ebenfalls mit einer Tauchmaske.

Stimuliert durch den Zuspruch meiner Freunde scannte ich die Kunstwerke und zusammen klebten wir sie auf die Metallboxen der Straßen in der Künstlergegend San Niccolò in Florenz.

Warum wählen Sie gerade die metallenen Verteilerkästen aus, um die eingescannten Bilder aufzukleben?

Es ist meine bewusste Entscheidung, nicht in die historischen Mauern der Stadt einzugreifen und diese zu verändern, um meinen Respekt gegenüber den historischen Gebäuden auszudrücken. Meine Kunst ist vergänglich und schädigt die Geschichte nicht.

Sie lässt sie neu entdecken, denn durch die Verwendung von Ikonen der Vergangenheit mit Tauchmasken entsteht eine Mischung aus Vergangenheit und Gegenwart.

Blub, wie kam es zu dem Titel der Bildserie „Kunst, die zu Schwimmen weiß“?

Es geschah am 5. November 2013; zu diesem Zeitpunkt, 1966, wurde Florenz aus Ironie des Schicksals vom Wasser des Flusses Arno überflutet! Zu der Zeit war also die Botschaft in Florenz „Kunst ertrinkt nicht!“. Mit der Zeit wurde es zu „l'arte sa nuotare“, d. h. „Art knows how to swim.“

Und das ist die Botschaft: dass wir schwimmen können, obwohl wir uns in der Tiefsee befinden, trotz der Krise. In der Tat, in dem Wort „Krise“ im chinesischen Ideogramm, ist das Wort „Chance“ enthalten. Also ... für mich ist Krise eine Chance.

Was spiegelt Ihre Arbeit „L'arte sa nuotare“ wirklich wider?

Ich mag es, wenn die Leute ihre eigene Interpretation dessen haben, was die Tauchmasken auf diesen Symbolen bedeuten. Für mich hatte ich eine Vision. Bevor ich male, verlasse ich mich normalerweise auf diese Visionen, die in meinem Kopf erscheinen. Ich arbeite instinktiv, was die beste Kunst hervorbringt. Dann denke ich vielleicht an das Stück und die Dinge können sich von dort aus weiter materialisieren.

Es gibt zwei Möglichkeiten, das Leben zu leben, wie Eros und Liebe oder Leben und Tod. Wir können uns dafür entscheiden, aufgrund der Krise mit Angst zu kämpfen, oder wir können sie als Chance nutzen, unsere Grenzen zu überwinden und gleichzeitig Vertrauen in die Zukunft und in unser Potenzial zu haben. Auch wenn es so aussieht, als wären wir alle unter Wasser, ist es Zeit schwimmen zu lernen!

**Tipp**

Auf YouTube erhalten Sie einen Eindruck der Arbeiten des Künstlers
Blub: https://youtu.be/H_OyXasGRQE.

Instagram: <https://www.instagram.com/lartesanuotare>.

Fazit: Insgesamt macht Blub in seiner Bildserie als Snackable Content – also in kleinen Häppchen serviert – der Öffentlichkeit den Weg zwischen „veralteten Ansichten“ von Kunst und moderner Aufmachung im Kontext des öffentlichen Raums neu erlebbar. Sein Thema ist nicht nur das Überleben und Schwimmen, um zu überleben, als Inhalt, sondern auch als Botschaft seines Kunstverständnisses zu sehen.



5.5



Best Practice: CLET als Vorreiter zur Neu-Inter- pretation von Piko- grammen

Einen ganz anderen und sofort wiedererkennbaren Stil hat der französische Maler und Bildhauer **Clet Abraham**, kurz CLET, entwickelt. Auch er wirkt von Florenz aus, der Stadt, die er seit 2005 zu seiner Wahlheimat gemacht hat. Seit 2010 verändert er bekannte Zeichen des Alltags, Straßenschilder, und gestaltet diese zu neuen Kunstwerken um.

Verkehrsschilder, die hauptsächlich zur Orientierung dienen, sind ein fester Bestandteil unserer heutigen Welt. In Florenz stehen die universell wiedererkennbaren Zeichen in einem farbenfrohen zeitgenössischen Kontrast zu der historischen Altstadt. Auch CLET übersprüht die Straßenschilder nicht, sondern verändert sie mit-



Bild 5.16 Ein weiterer Vertreter Florentiner Streetart ist CLET. (Bild © Pia Kleine Wieskamp)

hilfe von Vinyl-Aufklebern. Er spielt mit der grafischen und symbolischen Wirkung der Piktogramme und gibt diesen einen neuen Sinn.

Auf die Frage, woher CLET die Ideen für seine Motive nimmt, antwortet er in einem Interview

mit der FAZ: „Ich suche nach dem Sinn. Das Einbahnstraßenschild ist zum Beispiel ein Symbol der Verbote. Und dann entwickle ich ein Design zu diesem Thema.“²⁹

Beispielsweise transformiert CLET das Hinweisschild „Sackgasse“ zu einem T-förmigen Kreuz mit gekreuzigter Figur und verwandelt das universelle Verkehrszeichen zu einem ikonografischen Symbol des „gekreuzigten Christus“ oder Michelangelos David als Lastenträger.

Trotz aller Veränderung sind die von CLET abgeänderten Straßenschilder weiterhin in ihrer ursprünglichen Funktion erkennbar und werden so zu einem mehrdeutigen Objekt – als Verkehrszeichen sowie zugleich als Kunstobjekt und Kritik an der Regelkonformität unserer heutigen Gesellschaft – im öffentlichen Raum. Auf die Frage, ob CLET Verkehrsschilder nicht möge, antwortet er: „Doch, ich mag die Ästhetik. Die sehr reinen Farben und Zeichen. Aber ich mag ihren Sinn nicht. Sie haben eine sehr schwache Botschaft, sie sind beschämend für die mensch-

²⁹ Interview der FAZ mit Clet Abraham: „Mit meinen Stickern werden Schilder schöner“: <https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/clet-abraham-gestaltet-verkehrsschilder-um-12130957.html>

liche Würde.³⁰ Für den Künstler ist die Entdeckung und Eroberung eines Straßenschilds als Kunstwerk zugleich eine gewisse Kritik an der Regelkonformität unserer heutigen Gesellschaft.



Tip

Die Visuals des Streetart-Künstlers CLET können auf folgenden Seiten angesehen werden:

Facebook: <https://www.facebook.com/clet.abraham>.

Instagram: <https://www.instagram.com/cletabraham>.



Bild 5.17 Diese Fotos belegen die Vielfältigkeit sowie den Witz des Streetartisten CLET. (Fotos © Pia Kleine Wieskamp)

30 Interview der FAZ mit Clet Abraham: „Mit meinen Stickern werden Schilder schöner“: <https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/clet-abraham-gestaltet-verkehrsschilder-um-12130957.html>