

ABC des Grafikdesigns

Gestaltungsprinzipien anschaulich auf den Punkt gebracht

» Hier geht's
direkt
zum Buch

DIE LESEPROBE

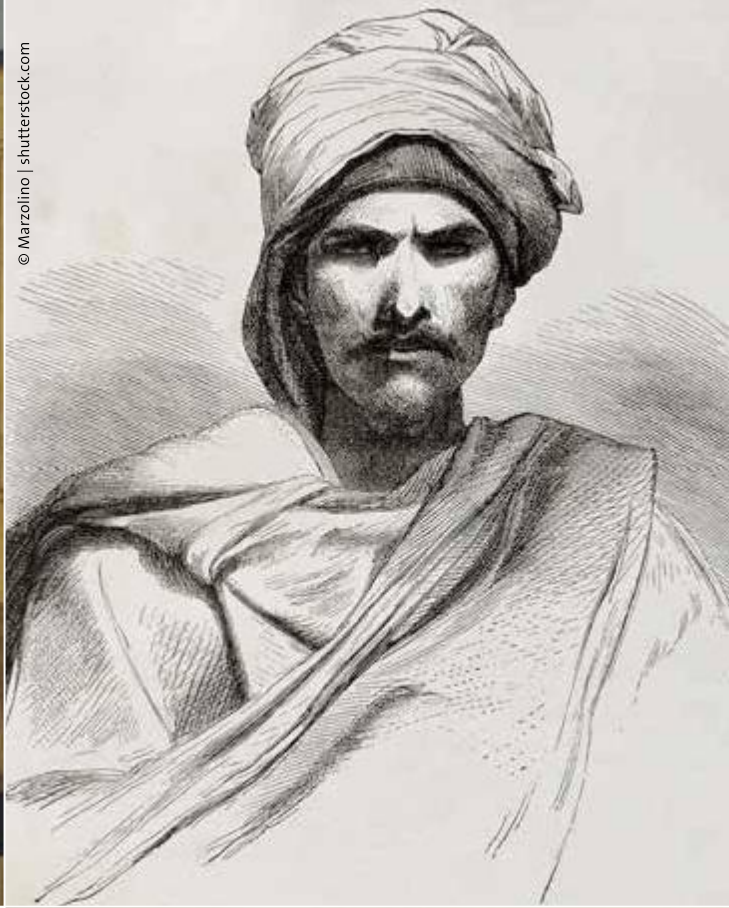
Dieses Inhaltsverzeichnis wird Ihnen von www.edv-buchversand.de zur Verfügung gestellt.



Kapitel 1: Grundlagen



© Everett-Art | shutterstock.com



© Marzolino | shutterstock.com



© Zsolt Horvath | shutterstock.com

Grafik

Der Begriff *Grafik* hat mehrere Bedeutungen. Seine Wurzeln finden sich im altgriechischen *Graphiké* für *Zeichnung* und *Malerei*. Die Malerei ist bestrebt, Motive realitätsnah abzubilden. Zeichnungen hingegen konzentrieren sich auf Linie und Form. Linien und Reduzierung sind charakteristisch. Wo Farbe eingesetzt wird, geschieht dies spärlich oder flächig. Durch Verzicht auf Nuancierung und Schattierung wird die Form betont. Heute werden mehr oder weniger stark reduzierte Abbildungen generell *grafisch* genannt.

Mit dem Aufkommen des Buchdrucks geht das Bestreben einher, auch Bilder drucktechnisch zu reproduzieren. Komplex schattierte, farbige Malerei ist dazu nicht geeignet – Rasterdruckverfahren, die das ermöglichen, fassen erst im 20. Jahrhundert Fuß. Deshalb werden Bücher zunächst mit Grafiken illustriert. Künstlerische Drucke gehören heute als *Grafik* neben Zeichnung, Malerei, Fotografie, Baukunst, Bildhauerei und Kunsthandwerk zu den bildenden Künsten.

Mit Erfindung der Fotografie verliert die Malerei das Monopol auf die naturgetreue Abbildung von Motiven. Lediglich Farbe entzieht sich der Fotografie zunächst. Lichtbilder sind lange Zeit monochrom (schwarzweiß). In Folge verliert der Realismus in der Malerei an Bedeutung und die Wirkung der Farben rückt in den Vordergrund. Gemälde werden flächiger und *grafischer*.

Auch in der Fotografie nennt man reduzierte Aufnahmen mit Konzentration auf die Form *grafisch*. Nicht zu übersehen ist die Verwandtschaft des Wortbestandteils *-grafie* in Fotografie mit *Grafik*. Dieser stammt von *gráphein* ab, was für *Schreiben* und *Zeichnen* steht. Fotografie ist *zeichnen mit Licht* (*photós*: Licht). Denselben Bestandteil haben auch die *Kalligrafie* und *Typografie*. *Kállos* heißt *Schönheit*. Kalligrafie steht für die Kunst des Schönschreibens von Hand. *Týpos* bedeutet *Abdruck* oder *Figur*. Typografie ist also *schreiben mit Figuren*. Mit Figuren sind natürlich Buchstaben gemeint – Druckbuchstaben. Druckbuchstaben sind über Jahrhunderte hinweg kleine Stempel, in der Regel aus Blei, die man *Lettern* oder *Typen* nennt. Um mit ihnen Worte und Sätze zu bilden, ist Type um Type aneinanderzusetzen. Man spricht vom *Setzen*. Wer das macht, ist *Setzer*. Das Ergebnis ist der *Satz*. Letzteres darf nicht mit dem grammatikalischen Satz verwechselt werden. Die Gestaltung des Textsatzes sowie seines Umfeldes – das, was man

heute *Layout* nennt – ist Aufgabe der Typografie. Ebenfalls der Typografie zugerechnet wird die Gestaltung der Buchstaben – das Schriftdesign.

Wenn Sie etwas in einen Computer tippen, übernimmt er den Satz, indem er eine digitale Type an die andere setzt. *Grafik* steht in der EDV allgemein für die Bilderzeugung auf digitalen Ausgabegeräten wie Bildschirmen und Beamern. Anders als in den Frühzeiten des Computers erfolgt die Bedienung heute nicht über Texteingabe, sondern über eine grafische Benutzeroberfläche mit Symbolen und Fenstern.

In der multimedialen Welt kann mit *Grafik* jede Art Bild gemeint sein, auch Diagramme, die Datenlagen mittels Säulen, Balken oder Torten veranschaulichen. Digitale Bilder lassen sich in zwei Kategorien einteilen: *Pixelbilder* und *Vektorgrafiken*. Pixelbilder bestehen wie Mosaik aus winzigen Steinchen (Pixel), so klein, dass sie mit freiem Auge nicht als Einzelelemente zu erkennen sind. Fotos und Illustrationen mit komplexen Strukturen lassen sich nur auf diese Art sinnvoll erstellen. Pixelbilder sind das digitale Äquivalent zur Malerei. Vektorgrafiken basieren auf mathematisch beschriebenen Formen, sind entsprechend formorientiert, reduziert und eher mit der Zeichnung vergleichbar. In der Medienbranche wird unter Grafik üblicherweise eine Illustration mit reduziertem Charakter verstanden.

Grafik steht also für einiges, manchmal auch Widersprüchliches. Wie der Begriff gerade zu verstehen ist, hängt vom Kontext ab. Gemein ist den unterschiedlichen Bedeutungen im Wesentlichen, dass *grafisch* für eine reduzierte Abbildung von Motiven steht, wobei das Motiv nicht zwingend eine Szene sein muss, sondern ebenso ein Diagramm, Ornament, Symbol oder Zeichen sein kann.

-  Gemälde: »Porträt eines jungen Mannes« von Bronzino, ca. 1530
-  Grafik: Gravierporträt eines Beduinen von 1864
-  Grafik: Comic-Zeichnung
-  Grafik: Japanische Seidenmalerei des 18. Jahrhunderts

Design

So wie Grafik mehrere Bedeutungen hat, hat Design viele Gesichter. Wir finden es in der Architektur, bei Möbeln, in der Mode, in Benutzeroberflächen elektronischer Geräte, der Form der Geräte, in der Gestaltung jeglicher Produkte sowie in den Verpackungen, in denen die Produkte vertrieben werden. Es begegnet uns in Zeitungen und Magazinen, in Büchern, Prospekten und Katalogen. Werbung erfährt ebenso Design wie Verkehrs- und Hinweisschilder. Schlecht gestaltete Gefahrenhinweise können Leben gefährden.

Wie vorteilhaft Sie sich in einem Spiegel sehen, hängt von der Qualität des Lichtdesigns des Raumes ab. Außerhalb des visuell Wahrnehmbaren finden wir Design in Form von Sounddesign, Geruchsdesign, dem Design von Software und Datenbanken sowie in Designerdrogen. Kreationisten betrachten das Leben selbst als von Gott designt. Design ist allgegenwärtig!

Design ist bewusst und kompetent ausgeführte Gestaltung zweckbestimmter Werke. *Werk* dient hier als Platzhalter für alles, was sich entwickeln und anfertigen lässt. Vom Zeichnen einer Skizze über das Erstellen einer Homepage, den Bau eines Möbels, die Konstruktion eines mechanischen oder elektronischen Apparats bis hin zur Planung eines Gebäudes. Man kann kein Werk schaffen, ohne es zu gestalten. Jeder, der etwas schafft, gestaltet. Doch solange die Gestalt des Werks eine zufällige Begleiterscheinung von Funktion und Zweck ist, reden wir nicht von Design. Von Design spricht man, wenn der Form bei der Entwicklung dieselbe Aufmerksamkeit zuteilwird wie dem anvisierten Zweck und der erforderlichen Funktion.

Das heißt nicht, dass jede bewusst betriebene Gestaltung Design ist. Auch Künstlerinnen werden ihre Werke bewusst gestalten. Der Unterschied zu Design liegt darin, dass in der Kunst das Werk der Zweck der Gestaltung ist. Wenn eine Person ein Kunstwerk kauft (und es nicht um die reine Geldanlage geht), dann wahrscheinlich, weil es ihr gefällt, weil es sie inspiriert, zum Nachdenken anregt oder sie sich eine Aufwertung der Atmosphäre von Wohnung oder Büro verspricht.


Kunstwerke werden üblicherweise nicht gestaltet, um einen Zweck über die Wirkung der Form hinaus zu erfüllen. Das Werk ist Zweck des Werks. Ein Radio hingegen kauft man kaum, um es der inspirierenden Form wegen ins Regal zu stellen. Radios werden gekauft, um


Rundfunksendungen zu hören. Der Zweck des Radios ist Rundfunkempfang. Das Design muss sich dieser Funktion unterordnen.


Heißt das, jede bewusste Gestaltung zweckbestimmter Werke ist Design? Grundsätzlich ja. Man sollte allerdings den Aspekt der Gestaltungskompetenz nicht außer Acht lassen. Schließlich ist auch nicht jede gepfiffene Melodie Musik, und nicht jeder, der ein Lied summt, ist Musiker.

Das Verständnis hierzulande reduziert Design meist auf die ästhetische Formgebung von Gebrauchsobjekten. Dabei wird verkannt, dass es weit darüber hinaus auch Bedeutung für den Gebrauch hat. Dinge, die zwar ansprechend gestaltet sind, deren Form jedoch der Bedienung oder Anwendung hinderlich ist, sind nicht gut designt. Gutes Design unterstützt die Bedienbarkeit und optimiert die Funktion. Hochwertige Komponenten in einem Radio erzielen erst durch ein optimales Design des Geräts einen guten Klang. Darüber hinaus sorgt Design für eine selbsterklärende Bedienung.

Im Englischen steht der Begriff Design sowohl für Entwurf und Gestaltung als auch für Planung und Entwicklung. Das geht viel tiefer als die Gestaltung der Oberfläche. Es durchdringt den ganzen Prozess von der Material- und Komponentenauswahl bis in die Planung des Aufbaus. Optimale Produkte sind nur zu erwarten, wenn Ingenieure und Designer Hand in Hand arbeiten.

 Bauhaus Tischlampe aus den 1920er-Jahren

 Braun Tonbandgerät TG 1000,
Dieter Rams, 1970

 VW Käfer, Entwicklung ab 1938
unter der Ägide von Ferdinand Porsche



© Dreamprint | shutterstock.com

© Rob Lavers LRP | shutterstock.com





© Bjoern Wylezich | shutterstock.com



© Cozine | shutterstock.com



© 8th.creator | shutterstock.com



© Alexandre Roteberg | shutterstock.com

Grafikdesign

Grafikdesign ist Design mit grafischen Mitteln. Anders als in der bildenden Kunst und im Kunsthandwerk, in denen Werke um ihrer selbst willen geschaffen werden, tritt im Grafikdesign die Ausrichtung auf konkrete Ziele in den Vordergrund. Prof. Kurt Weidemann sagte einst: »Der Künstler macht, was er will. Der Designer will, was er macht.« Weidemann sagte auch: »Typografen sind Dienstleute.« Das gilt auch für Grafikdesigner. Grafik ist Design, wenn es den Menschen dient.

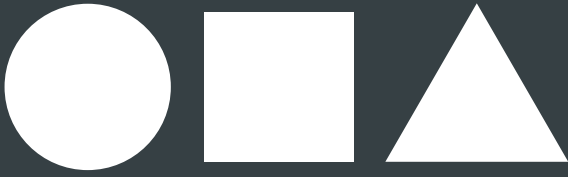
Die Wurzeln des Grafikdesigns liegen in der Kunst und der Typografie. Infolge der industriellen Revolution und des Aufkommens der Massenproduktion begannen Unternehmen zu werben. Gestaltet wurde die Werbung von Künstlerinnen. Im Gegensatz zu den *schönen Künsten* spricht man von *angewandter Kunst*.

So wie Design viele Gesichter hat, gibt es auch zahlreiche Formen des Grafikdesigns. Um das Thema zu ordnen und Gestaltungsprinzipien zu beschreiben,

gliedere ich es in vier Felder: die Gestaltung von Zeichen, das Mediendesign, das Corporate Design und die Werbegrafik.

Bei der Gestaltung von Zeichen geht es darum, mit Bildern zu kommunizieren. Die essenziellste Form der visuellen Kommunikation läuft über Symbole. Das geht von Piktogrammen über Verkehrszeichen, Icons, Firmen- und Produktlogos bis zur Gestaltung der Zeichen, mit denen Laute festgehalten werden, den Buchstaben.

Zeichen spielen auch im Mediendesign eine zentrale Rolle. Die wichtigsten Zeichen sind hier die Buchstaben des Textes, mittels derer Inhalte transportiert werden. Während Zeichen nonverbal kommunizieren und Emotionen transportieren, steht im Mediendesign die Information im Zentrum. Dazu dienen nicht nur klassische Medien, wie Zeitungen, Zeitschriften und Bücher, sondern ebenso Folder, Broschüren, Kataloge und Websites.



...ssehen u
gramme. Typische Ka
heiße Zypersonne quälte Max und
Karl Mays Pferdewie sagt »jawohl« zur Quell
t Jürgen blöd vom Paß. «Am bekanntesten ist das englisc
ick brown fox jumps over the lazy dog». Typische Katze quält wieder
e Vögel auf dem Balkon. Die heiße Zypersonne quälte Max un
se auf dem Weg bis zur Küste. Karl Mays Pferdewie sagt »jawoh
e am Bach. »Fix, Schwyz!« quäkt Jürgen blöd vom Paß. Am bekannt
englische Pangramm »The quick brown fox jumps over the lazy d
katze quält wieder zum Jux süße Vögel auf dem Weg bis zur Küste
ne quälte Max und Victoria ja böse auf dem Balkon. »Fix, Schwyz!«
erdevieh sagt »jawohl« zur Quellnix am Bach. »Fix, Schwyz!«
Paß. «Am bekanntesten ist das englische Pangramm »Th
sonne quälte Max und Victoria ja böse auf dem Weg bis zur Quell
ntesten ist



Corporate Design ist Design-Standardisierung. Es geht darum, Unternehmen ein unverwechselbares visuelles Erscheinungsbild zu verleihen. Im Idealfall erkennen die Zielgruppen die visuellen Repräsentanten des Unternehmens unmittelbar und aus der Ferne. Rotes Kreuz, Feuerwehr und Post sind ebenso Paradebeispiele wie Tankstellen. Ein Zeichen allein – das Logo – ist dafür nicht ausreichend. Erst durch Kontinuität im Farb- raum und der Typografie entsteht ein prägnantes Erscheinungsbild.

Bei Werbung treffen sich Symbolik, Mediendesign und Corporate Design. Zur Werbung werden üblicher- weise auch Geschäftsdrucksachen, Broschüren, Web- sites und vieles mehr gezählt. Ich beziehe den Begriff hier allerdings primär auf aktive Werbung, wie Plakate, Inserate und Verpackungen. Werbung soll auf Produkte, Dienstleistungen oder Firmen aufmerksam machen. Dazu muss sie die Aufmerksamkeit auf sich ziehen, weshalb Eyecatcher zu gestalten sind, die den Blick der

Zielgruppen einfangen. Am besten eignen sich Bilder. Gute Werbemotive funktionieren wie Zeichen: Sie vermitteln Botschaften unmittelbar visuell erfassbar, und oft sind sie emotional konnotiert.

Zeichen, Medien, Corporate Design und Werbung sind Aufgaben des Grafikdesigns. Die Mittel der Ge- staltung sind Form, Farbe und Typografie, zu denen es in diesem Buch jeweils ein Kapitel gibt. Das vierte Mittel sind Bilder. Allerdings bestehen Bilder aus Formen und Farben und werden meist nicht vom Grafikdesigner erstellt, sondern von Fotografinnen und Illustratoren. Deshalb habe ich dem Thema Bild kein eigenes Kapitel gewidmet. Dennoch gehört es zum Grafikdesign, da die Motive meist vom Grafikerinnen konzipiert werden. Allerdings gilt vieles, was im Kapitel »Zeichen« beschrieben wird, ebenso für die Konzeption und Gestaltung von Werbemotiven.

Form und Funktion

Bis zur industriellen Revolution gehört Verzierung ganz selbstverständlich zu allem, was Menschenhände schaffen. Gebrauchsgegenstände sind keine Wegwerfprodukte, sondern kostbar, und Verzierung soll dem Wert Ausdruck verleihen. Als sich die Herstellung von Gütern vom Handwerk zur Industrie verlagert, stellt sich die Frage, wie sich Produkte effizient in Serie herstellen lassen. Zierrat verkompliziert die damals noch recht simplen Methoden der Massenproduktion.

Zur selben Zeit suchen Architekten, Künstlerinnen und Designer nach einer neuen Ästhetik abseits herkömmlicher Ornamentik. Es entsteht der Funktionalismus. *Form follows function*, lautet die Parole. Die Schönheit der Objekte soll sich aus der Funktion ergeben. Was für den Gebrauch nicht erforderlich ist, ist entbehrlich.

Ab den 1920er-Jahren prägen Künstlergruppen wie De Stijl aus den Niederlanden und die 1919 in Weimar gegründete Kunstschule Bauhaus zusammen mit anderen Strömungen eine Gestaltungsästhetik, die auf Purismus abzielt und in der die Geometrie eine tragende Rolle spielt. Deren simplen Formen begünstigen auch eine einfache Serienfertigung.

Parallel entsteht die Stromlinien-Moderne. Auch hier folgt die Form der Funktion, nämlich dem Ziel, den Luftwiderstand bei Fahrzeugen zu minimieren. Die Stromlinienform steht für die Dynamik einer modernen Zeit, wird von der Architektur aufgegriffen und spiegelt sich auch in anderen Bereichen des Designs.




Die Ideen des Bauhauses gelten als prägend für das internationale Design und sind bis heute stilbildend. Aus Nazideutschland emigrierte Künstler beeinflussen die Architektur der Vereinigten Staaten. In der Schweiz nehmen sie in den 1950er-Jahren Anteil an der Entwicklung der *Schweizer Grafik*. In Ulm tritt 1953 die Hochschule für Gestaltung das Erbe des Bauhauses an. Im selben Geist setzt der deutsche Industriedesigner Dieter Rams Maßstäbe in schlichtem Design, dessen Arbeiten auch Apples Designer Jonathan Ive beeinflussten.

Die Reduktion der Formen auf reine Geometrie stößt allerdings auch an Grenzen. Nicht alles lässt sich ihr sinnvoll unterordnen. Manche geometrisch gestalteten Sitzmöbel laden mehr zum Anschauen als zum Hinsetzen ein. Der Versuch, Schrift geometrisch zu konstruieren, ist weder ästhetisch überzeugend noch lässt sich darin gesetzter Text flüssig lesen.

In den 1980ern entstehen Designströmungen, die der ergonomischen Handhabung den Vorzug gegenüber strenger Geometrie und schlichtem Funktionalismus geben. Produktdesigner, wie der Deutsche Luigi Colani, orientieren sich an den organischen Formen der Natur. Zu den bedeutendsten Designs Colanis gehört Canons Spiegelreflexkamera T90. Das Design folgt nicht der Funktion des Apparats, sondern der Ergonomie des Anwenders. Nicht umsonst erinnern viele Spiegelreflex- und Systemkameras bis heute an diesen Entwurf.

Doch nicht jedes Design nimmt die Funktion bedingungslos ernst. Die italienische Designfabrik Alessi beispielsweise ist ab den 1970er-Jahren ausgesprochen erfolgreich mit Produkten, die das Spiel mit und den Spaß an der Form in den Mittelpunkt rücken. Zu den Klassikern zählt ein espressokocher, der nicht nur wegen seiner Form legendär ist, sondern auch wegen der Verbrennungen, die man sich bei Unachtsamkeit holt, sowie eine Saftpresse, die neben Saft und Fruchtfleisch auch jeden Kern einer Zitrusfrucht ins Glas lässt.

Egal jedoch, ob man bei der Gestaltung eines Objekts die Funktion zur zentralen Prämisse macht oder den ästhetischen Qualitäten der Form den Vorzug gibt – Design ist immer Form *und* Funktion. Objekte ohne Funktion mögen Zierrat, Kunsthandwerk oder Kunst sein – Dinge ohne Form sind erst gar nicht möglich. Design bezieht sich auf die Gestaltung von *Gebrauchsobjekten*. Nicht von ungefähr lautet ein alternativer Begriff für Grafikdesign *Gebrauchsgrafik*, in Abgrenzung zur dekorativen und künstlerischen Grafik.

-  De Stijl: Rot-Blauer Stuhl, G. Rietveld, 1917 (3D-Rendering)
-  Bauhaus-Gebäude in Dessau, W. Gropius, 1925/26
-  Lokomotiven im Stromlinien-Design, ca. 1930
-  Die Canon T90 von Luigi Colani aus dem Jahr 1986
-  Alessi Zitronenpresse »Juicy Salif«, Philippe Starck, 1990
-  Tastatur in organischem Design



© Chematographer | shutterstock.com



© Everett Collection | shutterstock.com

Akairom unter Public Domain



© WooHoo Production | shutterstock.com

© Dmitry Melnikov | shutterstock.com



»Gestaltung ist doch reine Geschmackssache!«, höre ich oft. Das ist in gewisser Weise richtig, allerdings nur, solange wir es auf uns persönlich beziehen. Designerinnen designen jedoch üblicherweise nicht für sich selbst, sondern für andere, für eine Öffentlichkeit, für ein Publikum. Auch wenn nicht jeder in der Gesellschaft denselben Geschmack teilt, wird sich bei breiten Gesellschaftsgruppen in der Bewertung von Ästhetik doch weitgehende Übereinstimmung finden. Es gilt, den persönlichen Geschmack einzelner Individuen vom kollektiven Geschmack der Gesellschaft zu unterscheiden. Der Designer gestaltet mit Zielgruppen vor Augen.

Dass Gestaltung reine Geschmackssache sei, heißt es auch häufig in meinen Kursen. Ich widerlege das stets mit einem Bild eines Fiat Multipla. Der Multipla ist eine eigenwillige Familienkutsche aus den späten 1990er-Jahren, die von hinten an eine Postkutsche erinnert, während man vorne in ein Froschgesicht blickt. Kaum eine Hitparade der hässlichsten Autos aller Zeiten, in der der Multipla nicht einen Spitzenplatz belegt. Nie habe ich erlebt, dass ein Teilnehmer danach noch darauf beharrte, Design sei nur Geschmackssache. Man mag den Multipla gerade wegen seiner Eigenart lieben oder ihm einen schrulligen Charme abgewinnen. Aber schön? Nicht in diesem Universum!

Einen anderen *Beweis*, dass die Qualität von Design keine reine Frage des subjektiven Geschmacks ist, lieferten auch die Homepages der Frühzeiten des World Wide Web. Jeder, der einen Computer hochfahren konnte, musste damals eine Homepage haben. In aller Regel wurden sie in Heimarbeit selbst gestrickt. Texte in grellen Farben wucherten vor wild gewordenen Tapeten. In jeder Ecke blinkte es, an allen Enden drehten sich dreidimensionale @-Zeichen. Es grenzt an ein Wunder, dass wir, die wir diese Zeit miterlebt haben, mit heilen Augen davongekommen sind. Die heute noch im Netz verbliebenen Ruinen aus HTML, animierten GIFs und Java-Applets sollten unter Denkmalschutz gestellt werden, gemahnen sie uns doch, dass Gestaltung ohne Gestaltungskompetenz auf schreckliche Abwege geraten kann.

Ästhetik ist kein Naturgesetz. Wie wir Gestaltung rezipieren, ist vom Kulturkreis ebenso abhängig wie von der historischen Epoche. Die ästhetischen Ideale in Fernost unterscheiden sich von jenen im arabischen

Raum und diese wiederum von denen in Zentraleuropa. Was im Mittelalter als schön gilt, entspricht nicht den Idealen der Renaissance, die Ästhetik der 1950er-Jahre unterscheidet sich von jener der 70er und diese wiederum von der gegenwärtigen. Designklassiker mögen zwar Bewunderung oder Nostalgie hervorrufen, aber sie sind stets Ausdruck ihrer Zeit und nur selten 1:1 in eine andere Epoche übertragbar.

Funktion ist objektiv. Dinge, die nicht funktionieren, sind in Peking ebenso nutzlos wie in Kairo oder Paris, im Mittelalter, der Renaissance oder der Gegenwart. Demgegenüber ist Ästhetik relativ. Was einst ein Meilenstein der Designgeschichte war, kann heute antiquiert wirken. Was in einem Land hoch geschätzt wird, gilt in einem anderen vielleicht als geschmacklos. Und das ist nicht das Einzige, was die Bewertung von Ästhetik schwierig macht. Während sich Funktion leicht prüfen lässt, ist Ästhetik kaum messbar. Es ist wie mit einem Roman: Ob er fesselnd oder langweilig ist, lässt sich nicht messen, doch man kann ihn nicht lesen, ohne es zu erfahren.

Auch wenn Ästhetik keinen Naturgesetzen folgt, so gibt es doch Regeln, an denen sich der Designer bei der Gestaltung orientieren kann. Diese basieren auf den Gesetzen der Wahrnehmung und der Art, wie das Gehirn Information verarbeitet. Es ist davon auszugehen, dass Design eher positiv empfunden wird, wenn es den Gesetzen der Wahrnehmung entgegenkommt, als wenn es ihre Präferenzen ignoriert.

»Ugliness does not sell« – »Hässlichkeit verkauft sich nicht« – ist ein berühmtes Zitat des Industriedesigners Raymond Loewy. Das mag sich nicht für jede Produktkategorie verallgemeinern lassen. Doch je näher ein Produkt dem *persönlichen* Umfeld des Menschen ist, desto mehr gewinnt der Stil an Bedeutung.

Noch ein Zitat von Raymond Loewy: »Between two products equal in price, function and quality, the better looking will outsell the other.« Wenn wir die Auswahl zwischen zwei Produkten mit gleichem Preis, gleicher Funktion und gleicher Qualität haben, werden wir zu dem greifen, das uns besser gefällt.



Der Fiat Multipla (1999–2010) soll ein Platzwunder sein. Immerhin finden in der ersten Reihe drei Leute Platz. Auch sonst soll das Design viele clevere Detaillösungen enthalten. Wenig überzeugend hingegen empfinden die meisten die Ästhetik. Ich habe nie eine Person getroffen, die den Wagen ernsthaft als schön bezeichnet hätte.

In den Kindertagen des World Wide Web hatte jeder seine private Homepage. Die meisten davon haben etwa so ausgesehen.



Prinzipien guten Designs

Dieses Buch soll möglichst praxisnah die Prinzipien vermitteln, auf deren Basis Gestaltung zu Design wird. Selbstverständlich, dass sich grafische Prinzipien am besten grafisch vermitteln lassen. Doch bevor wir uns mit den visuellen Gesetzen befassen, möchte ich ein paar grundsätzliche Prinzipien beschreiben, die ich für die Arbeit an Design für wichtig halte.

Innovativität: Innovativität bezeichnet die Fähigkeit, Neues hervorzubringen. Design ist ein innovativer Prozess. Wer nachbaut, designt nicht, sondern reproduziert. Eine Kopie ist kein Design, sondern nur die Kopie eines Designs. Als Gestalter suche ich nach neuen Wegen zur Lösung der mir gestellten Aufgaben. Es geht nicht nur um innovative Funktion, sondern auch um Innovation in der Ästhetik. Allerdings darf Innovativität nicht zu weit gehen. Raymond Loewy brachte das im MAYA-Prinzip auf den Punkt: Gutes Design ist »most advanced, yet acceptable« – so fortschrittlich, wie es die Zielgruppen gerade noch akzeptieren.

Benutzbarkeit: Für den Industriedesigner Dieter Rams muss gutes Design ein Produkt verständlich und brauchbar machen. Grafikdesign ist meist Kommunikationsdesign. Ist die Kommunikation nicht verständlich, ist es kein gutes Design. Der US-amerikanische Usability-Experte Steve Krug schrieb ein Buch mit dem Titel »Don't make me think!«. Besser kann man es nicht auf den Punkt bringen: Gutes Grafikdesign ist so verständlich und benutzerfreundlich, dass es sich intuitiv erfassen lässt.

Krug befasst sich mit der Benutzerfreundlichkeit (Usability) von Interfaces. Interface steht für Schnittstelle. Im Design steht Interface für Mensch-Maschine-Schnittstelle – die Oberfläche, über die eine Person eine Maschine bedient. Überwiegend wird der Begriff heute mit einer auf einem Display dargestellten Benutzeroberfläche (GUI – Graphical User Interface) assoziiert.

Authentizität: Dieter Rams postuliert in seinen zehn Thesen für besseres Design: »Gutes Design ist ehrlich.« Häufig findet man an industriellen Produkten Bauteile, die wie Metall, Holz oder Leder aussehen, tatsächlich jedoch aus Plastik sind. Solche Oberflächenmimikry ist nicht ehrlich. Sie simuliert eine Wertigkeit, die dem

Material nicht zu eigen ist. Ich bin kein Freund von Design, das zu vermitteln versucht, mehr zu sein, als es ist. Deshalb setze ich weder grafische Effekte noch Veredelungstechniken rein um des Effekts willen ein. Schatten und 3D-Effekt, Prägung und Folienkaschierung müssen sich aus der Logik des Designs ergeben. Ist Effekthascherei erforderlich, um einem Entwurf den Schein der Hochwertigkeit zu verleihen, ist die Gestaltung schwach.

Stringenz: Stringenz steht für logische Richtigkeit und Schlüssigkeit. Was stringent ist, ist konsequent. Es weist keine Lücken auf, ist in sich stimmig und ohne Widerspruch. In stringentem Design ergeben die Details ein logisches Ganzes. Gutes Design ist stringent. Oder, wie es Dieter Rams ausdrückt: »Gutes Design ist konsequent bis ins letzte Detail.«

Gutes Design ist kohärent. Kohärenz steht ebenfalls für logisch, schlüssig, stimmig und konsequent. Es umfasst aber zusätzlich die Bedeutungen »aufeinander abgestimmt« und »zusammenhängend«. Es genügt nicht, die Einzelteile eines Layouts harmonisch zu gestalten. Sie müssen in Beziehung gesetzt werden. Durch aufeinander bezogene Platzierung und Ausrichtung entsteht Ordnung, durch die die Einzelteile zu einem Ganzen verschmelzen, das mehr ist als die Summe der Teile.

Reduzierung: »Keep it simple and stupid« ist Leitsatz vieler Designerinnen. Die Formel ist auch als KISS-Prinzip bekannt. Sie fordert auf, für jedes Problem die einfachste Lösung zu finden. Das Akronym stammt vom Flugzeugingenieur Clarence Johnson. Lange Zeit als »keep it simple, stupid« interpretiert – »halte es einfach, Dummkopf« –, wurde es von Johnson später auf »keep it simple and stupid« zurechtgerückt.

Der Volksmund glaubt, dass viel viel hilft. Im Design jedoch werden die Dinge umso unübersichtlicher, je mehr wir hinzufügen. Übersichtlichkeit verlangt nach Reduzierung. Deshalb heißt es oft auch: Reduce to the max! Reduziere alles auf das Wesentlichste! Je weniger Elemente dem Kern eines Designs Aufmerksamkeit streitig machen, desto klarer bringt es seine Bestimmung auf den Punkt. Deshalb gilt im Kommunikationsdesign noch mehr als in anderen Designdisziplinen: Weniger ist mehr!

Fokussierung: Maximal reduziert ist Kommunikationsdesign, wenn die Botschaft für sich alleine steht. Verkehrszeichen sind so konzipiert. Alles, was das Erfassen der Kernaussage behindern könnte, wird weggelassen.

Die wenigsten Aufgaben des Grafikers lassen sich so weit reduzieren. Ein Inserat, das auf eine Veranstaltung hinweisen möchte, erfordert mehrere Bestandteile. Ein Motiv, das als Eyecatcher funktioniert, beispielsweise. Einen Titel, vielleicht einen Untertitel. Eine kurze Beschreibung kann sinnvoll sein. Veranstaltungsort, Datum und Zeit sind anzugeben, eventuell auch der Eintrittspreis und wo Karten zu bekommen sind. Oft kommt ein Logo hinzu, manchmal mehrere.

Layouts mit mehreren Elementen funktionieren nur, wenn die Gestalterin eine klare Fokussierung vornimmt. Es ist zu entscheiden, welchem Element die größte Bedeutung zukommt. Darauf ist zu fokussieren. Die anderen Elemente sind dem unterzuordnen. Gutes Design erfordert eine klare optische Hierarchie der Elemente.

Begründbarkeit: Wenn in meinen Gestaltungskursen Arbeiten besprochen werden, fordere ich die Teilnehmenden zu Feedback auf. Wichtig ist dabei, dass nur begründete Rückmeldungen gegeben werden, keine bloßen Meinungsäußerungen. »Gelb ist nicht schön«, ist eine Meinung. »Gelb finde ich hier unpassend, weil...« und dann die sachliche Begründung – so sieht nützliches Feedback aus.

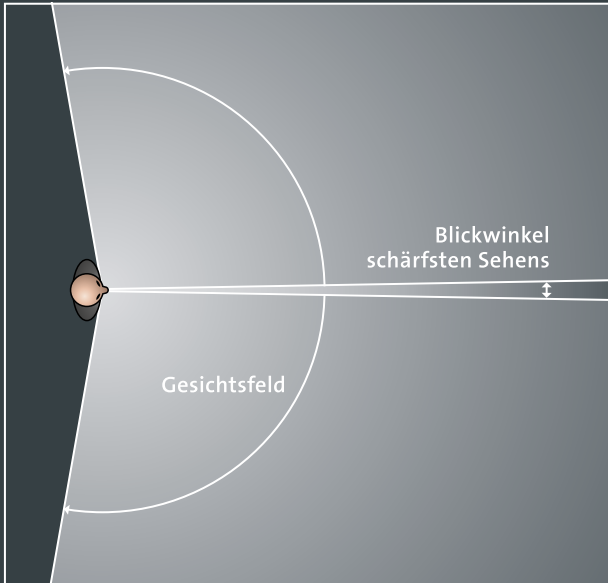
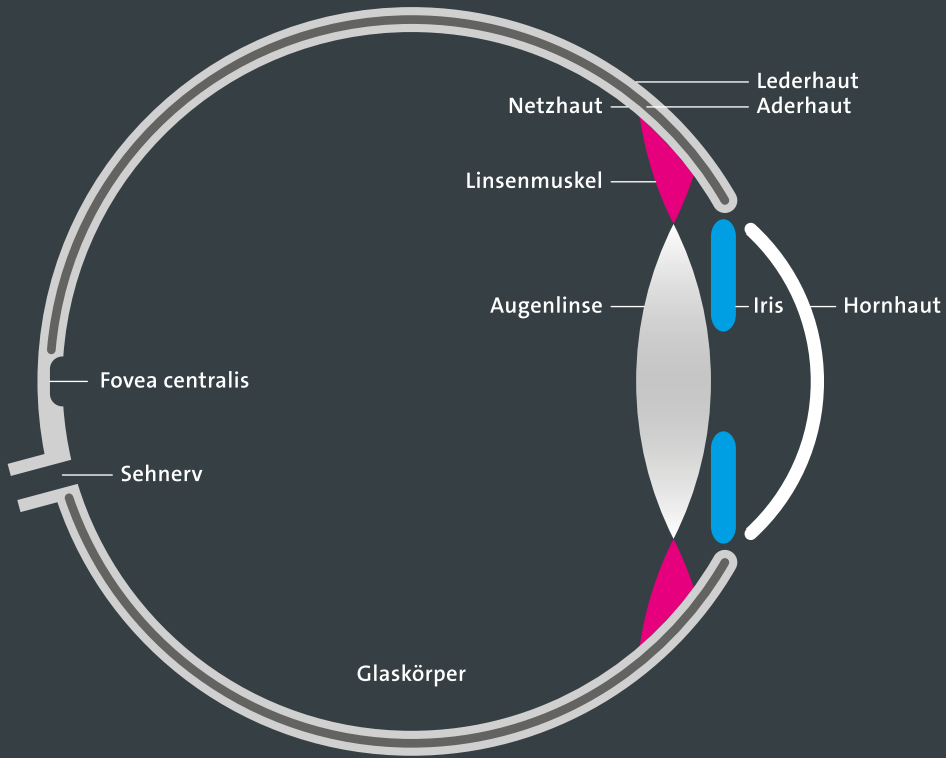
Genauso versuche ich auch meine eigenen Arbeiten zu beurteilen. Ist ein Entwurf ausreichend gediehen, lehne mich zurück und lasse ihn auf mich wirken. Getreu dem Motto »Die wichtigste Gestaltungsregel lautet: schauen«, prüfe ich, ob sich das Layout richtig anfühlt. Ich gehe Element für Element durch und frage es, wozu es da ist. Weiß es keine Antwort, ist es verzichtbar. Weiß nicht gibt's nicht! Jedes Element muss einen Grund für sein Dasein haben. In der Regel. Tatsächlich kommt es vor, dass ich ein Element nicht sachlich begründen kann, und dennoch fehlt etwas, wenn ich es entferne. Ich kann die meisten meiner Layout-Entscheidungen begründen. Aber nicht jede. Manchmal fühlt es sich so einfach richtig an. Man sollte dennoch so weit als möglich nach Begründbarkeit streben, auch wenn sich im Design nicht immer gar alles begründen lässt.

Regeln: Der Mensch definiert seit alters her Regeln für die Gestaltung. Ich habe zwar ein paar kennengelernt, die ich irgendwann verworfen habe, weil sie sich in meiner Praxis als nicht sinnvoll erwiesen haben, doch die meisten finde ich laufend bestätigt.

Manche sagen: »Es gibt keine Regeln – mach was du willst!« Natürlich soll jeder machen, was er will. Ich finde es allerdings nicht besonders clever, auf Erfahrungen zu verzichten, die über Jahrhunderte hinweg gesammelt wurden. Wer die Regeln der Gestaltung kennt, kommt meist schneller zu ästhetischen und funktionierenden Lösungen, als wenn er sie ignoriert.

Es heißt auch, »man muss die Regeln kennen, die man bricht«. Das klingt so, als müsse man sie nur lernen, um dann gegen sie zu verstoßen. Das wäre natürlich unsinnig! Regeln sind selten ohne Grund entstanden – meist verbessern sie die Funktion oder die Ästhetik des Designs. Gegen sie zu verstoßen ist keine Kunst – das kann jeder. Regelbruch ist erlaubt, manchmal sogar notwendig, aber es ist selten sinnvoll bzw. vertretbar, es ohne guten Grund zu tun. Ein guter Grund besteht, wenn die Regel eine optimale Lösung verhindert – dann ist der Regelverstoß besser als die suboptimale Lösung. Die Regeln sollen helfen, schneller zu guten Resultaten zu gelangen, nicht ihnen im Wege stehen.

Kompromiss: Design erfordert auch Kompromisse. Manchmal kommen sich Regeln in die Quere. Will man eine einhalten, wird die andere verletzt. Nehmen Sie dieses Buch als Beispiel. Es basiert auf zwei Gestaltungsrastern, an denen ich so weit als möglich alle Elemente ausrichte. Abbildungen schließen unten bündig mit Textzeilen ab. Dieser Prämisse ordnen sich auch Bildtexte unter. Damit diese dem Grundlinienraster folgen, muss ich sie jedoch näher an den Unterkanten der Abbildungen platzieren, als es optisch optimal wäre. Leider geht nur eines von beidem: entweder Bildtexte im Grundlinienraster oder mehr Abstand zu den Abbildungen. Ich habe der Ausrichtung am Raster den Vorzug gegeben. Ein Kompromiss. Manchmal geht es nicht ohne.



Sehen und wahrnehmen

Wir glauben üblicherweise, dass wir die Welt so sehen, wie sie ist. Tatsächlich jedoch sind die Bilder, die uns zu Bewusstsein kommen, keine exakten Abbildungen der Umwelt, sondern vielmehr Interpretationen des Gehirns der von den Augen übermittelten Informationen. Wir sehen Realität nicht, wir konstruieren sie.

Strecken Sie einmal einen Arm aus und recken Sie den Daumen nach oben. Die Fläche, die von den Augen scharf und farbig erfasst wird, entspricht einem Blickwinkel von etwa 2° – ungefähr die Größe des Daumennagels auf die Distanz einer Armlänge. Bei dem für das Lesen üblichen Abstand von 40 cm können wir von einem Durchmesser von ca. 15 mm ausgehen. Im restlichen Gesichtsfeld ($\approx 160^\circ$ bis 220°) sehen wir unscharf und weitgehend farblos.

Der Grund dafür ist die Art, wie unsere Augen aufgebaut sind. Das Auge ist ein Ball mit etwa 24 mm Durchmesser. Sein Inneres ist mit der Netzhaut ausgekleidet, auf der sich lichtempfindliche Zellen befinden. Die meisten davon sind für Hell/Dunkel-Kontraste empfindlich. Rezeptoren für farbiges Licht finden sich primär in der Sehgrube (Fovea centralis), deren Durchmesser rund 1,5 mm beträgt. Hier ist die Dichte farbempfindlicher Zellen 30-mal höher als auf der umgebenden Netzhaut. Erfasst wird damit ein Blickwinkel von 2° , in dem wir eben scharf und farbig sehen.

Wir haben zwar den Eindruck, unsere Umwelt als Ganzes scharf und farbig zu erfassen. Tatsächlich sammeln die Augen mit dem Spot schärfsten Sehens jedoch nur Teile unserer Umgebung ein. Dass wir die Umwelt als ganzes Bild erfassen, ist eine Illusion. Eine Illusion von außerordentlicher Effizienz. Hätte die Evolution auf den Trick der Konstruktion der Realität verzichtet und die ganze Netzhaut so hoch und farbig aufgelöst mit Sehzellen ausgekleidet wie in der Sehgrube, wären deutlich dichtere Nervenbahnen vom Auge zum Gehirn erforderlich, und das Gehirn müsste um ein Vielfaches größer sein, um die Daten zu verarbeiten.

Das System hat sich bewährt und etabliert, weil es gut funktioniert. Nur manchmal führt es zu *Fehlkonstruktionen*, wodurch optische Täuschungen entstehen. Es ist ebenso dafür verantwortlich, dass wir manchmal Dinge unmittelbar vor der Nase nicht wahrnehmen. Vielleicht haben Sie schon einmal Ihren Schlüsselbund gesucht und ihn irgendwann an einer Stelle gefunden, die Sie auf der Suche mehrmals passierteten, ohne ihn zu sehen, obwohl er da wie auf einem Präsentierteller lag. Was der Spot schärfsten Sehens nicht erfasst, wird nicht Teil des vom Gehirn von der Umwelt konstruierten Bildes. Erst wenn der Spot die Stelle streift, an der der Schlüssel liegt, erscheint er in unserem Bewusstsein.



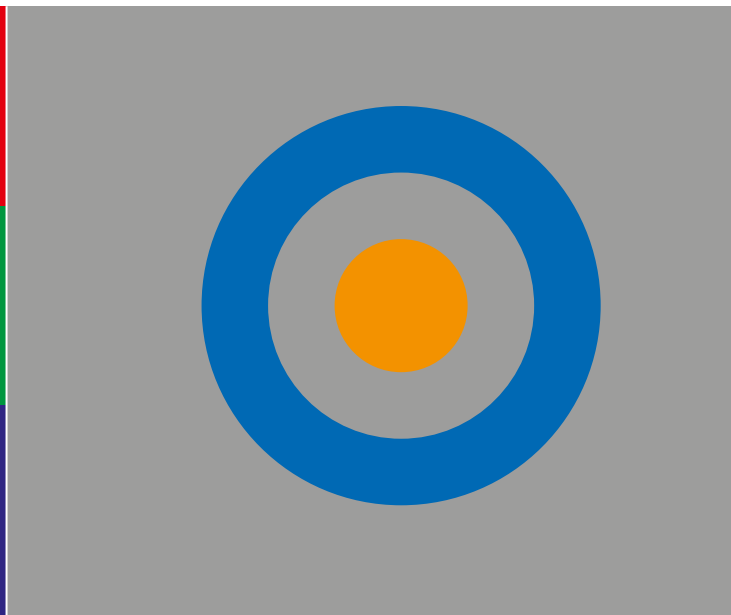
Helligkeits- und Farbsehen

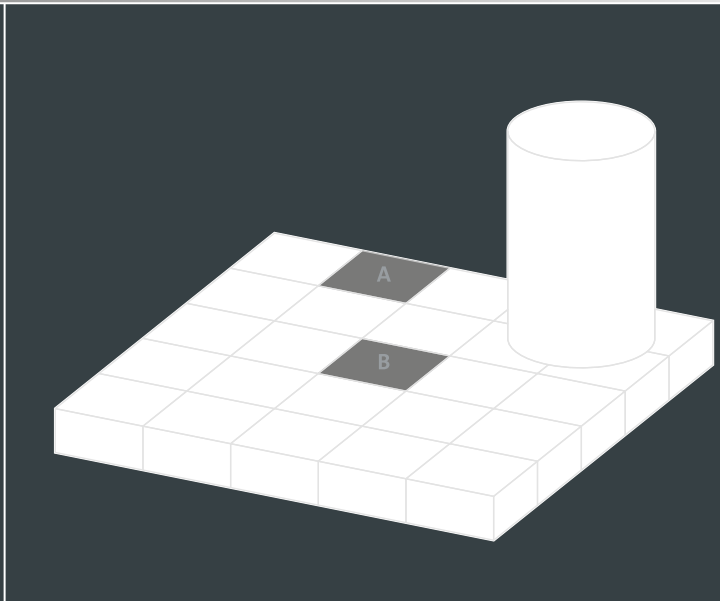
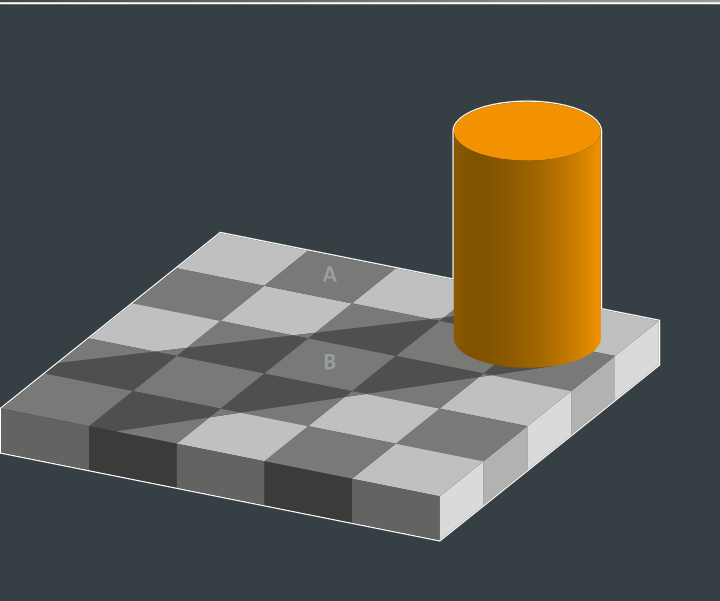
Um Farbe zu sehen, ist Licht notwendig. Im weißen Licht sind alle Farben enthalten. Fällt Sonnenlicht in ein Regengeld, wird das Licht gebrochen und die Spektralfarben werden im Regenbogen als Rot, Orange, Gelb, Grün, Blau und Violett sichtbar. Um nahezu alle Lichtfarben durch Mischung zu erzielen, genügen drei Grundfarben: Rot, Grün und Blau.

Der Mensch ist ein Trichromat. Das heißt, wir nehmen Farben mit drei Farbrezeptoren (Zapfen) wahr, die jeweils für Rot, Grün oder Blau sensibel sind. Die meisten Säugetiere verfügen nur über Rezeptoren für zwei Farben, sind Dichromaten und erfassen deshalb weniger Farben. Menschen mit Farbenfehlsichtigkeit haben weniger bis gar keine Zapfen für eine der Farben und sehen die Welt ebenfalls weniger bunt. Absolute Farbenblindheit – also reines Schwarzweißsehen – ist hingegen außerordentlich selten.

Die Fähigkeit des Auges, Kontraste wahrzunehmen, ist beschränkt – es erfasst lediglich Helligkeitsunterschiede von 1:100. Unter kräftigem Sonnenlicht kommen Kontraste von bis zu 1:1 000 000 vor. Doch da wir die Umwelt mittels kleiner Spots erfassen, gelingt es dem Gehirn, aus den übermittelten 1:100-Daten einen Kontrast von 1:10 000 zu konstruieren. Ein cleveres System! Allerdings führt es in Kombination mit Begleiterscheinungen der photochemischen Reaktionen, mittels derer wir Farben sehen, dazu, dass wir identische Farbtöne je nach Umfeld unterschiedlich wahrnehmen.

- In der Grafik glauben wir zwei Verläufe zu erkennen. Tatsächlich enthält nur der Hintergrund einen Verlauf, der Balken hingegen ist gleichmäßig. Der Grund für die Täuschung liegt in der Art, wie wir sehen. Der Spot schärfsten Sehens erfasst den linken Rand des Balkens als heller als das Umfeld, den rechten hingegen als dunkler. Das Gehirn schließt daraus, dass der Balken einen Verlauf enthalten muss, und konstruiert ihn.
- Feld A des Schachbretts scheint deutlich dunkler als Feld B.
- Tatsächlich sind die Töne der beiden Felder, wie in dieser Grafik zu sehen ist, absolut identisch.
- Im Regenbogen sind die Spektralfarben Rot, Orange, Gelb, Grün, Blau und Violett sichtbar.
- Mit den Lichtfarben Rot, Grün und Blau lassen sich nahezu alle Farben erzeugen.
- Der Ring und der Punkt haben in allen drei Grafiken dieselben Farbtöne. In unserer Wahrnehmung jedoch erscheinen sie vor den verschiedenen Hintergrundfarben sehr unterschiedlich.





Gestaltgesetze der Wahrnehmung

Die Art, wie wir unsere Umwelt wahrnehmen, folgt Gesetzen. Gutes Design richtet sich nach Gesetzen. Davon profitieren sowohl Ästhetik als auch Funktion. Die Gestaltpsychologie kennt sechs Wahrnehmungsgesetze, die zu Grundlagen der visuellen Gestaltung geworden sind:

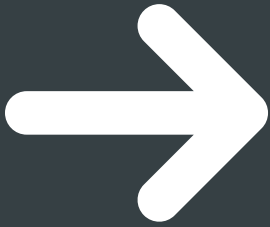
- › **Gesetz der Ähnlichkeit:** Ähnliche Elemente werden als zusammengehörend wahrgenommen.
- › **Gesetz der durchgehenden Linie:** Linien werden bevorzugt so interpretiert, dass sie den einfachsten Weg fortsetzen.
- › **Gesetz der Geschlossenheit:** Einzelemente, die sich zusammen als geschlossene Form deuten lassen, werden als zusammengehörend wahrgenommen.
- › **Gesetz der guten Gestalt:** Lässt sich aus mehreren Einzelementen eine bekannte Form interpretieren, wird die übergeordnete Interpretation gegenüber den Einzelteilen bevorzugt.
- › **Gesetz der Nähe:** Elemente mit geringem Abstand werden als zusammengehörend wahrgenommen.
- › **Gesetz des gemeinsamen Schicksals:** Elemente, die sich gleich bewegen, werden als zusammengehörend wahrgenommen.

Diese Gesetze wurden in den Gestaltungslehren um zusätzliche Prinzipien erweitert:

- › **Gesetz der Symmetrie:** Symmetrische Elemente werden als zusammengehörend erfasst.
- › **Gesetz der Parallelität:** Parallel ausgerichtete Elemente werden als zusammengehörend erfasst.
- › **Gesetz der Kontinuität:** Folgen mehrere Elemente einer nachvollziehbaren Linie, werden sie als zusammengehörend erfasst.
- › **Gesetz der gemeinsamen Region:** Elemente innerhalb einer geschlossenen Linie oder eines Feldes werden als zusammengehörend erfasst.
- › **Gesetz der Verbundenheit:** Miteinander verbundene Elemente werden als zusammengehörend erfasst.
- › **Gesetz der Prägnanz:** Einzelemente, die sich deutlich vom Gros der Gestaltungselemente unterscheiden, wirken besonders prägnant.

Auf den folgenden Seiten beschreibe ich die Gestaltgesetze, die für das Grafikdesign von Bedeutung sind, eingehender und ergänze sie um Wahrnehmungsprinzipien, die ich darüber hinaus für wichtig halte.

- Die Schreib-/Leserichtung bestimmt, wie wir Layouts, Bilder und Symbole erfassen.
- Durchgehende Linien und Kontinuität setzen Gestaltungselemente zueinander in Beziehung.
- Die Wahrnehmung bevorzugt die vertikale und horizontale Richtung gegenüber der diagonalen.
- Gleiches oder Ähnliches wird als zusammengehörend wahrgenommen.
- Elemente, die sich näher stehen, werden als zusammengehörend wahrgenommen.
- Auch Umrandung und Abgrenzung machen Elemente als zusammengehörend erkennbar.
- Die Wahrnehmung ist sehr gut im Erkennen von Mustern und neigt dazu, aus simplen Einzelformen komplexe Gestalten zu konstruieren.
- Unsere Interpretationen und Assoziationen werden von der Erfahrung geprägt.
- Ein abweichendes Element unter vielen gleichen wird prägnant wahrgenommen.
- Je mehr Optionen zur Verfügung stehen, desto länger brauchen wir zur Bewertung bzw. Entscheidung.
- Wir erfassen in Layouts nicht Element für Element gesondert, sondern alle Elemente als Gesamtheit. Deshalb darf auch der Grafiker die Einzelemente nicht unabhängig vom Gesamtkontext gestalten.
- Gutes Kommunikationsdesign ist nicht nur klar in der Aussage, sondern auch klar in der Gestaltung.



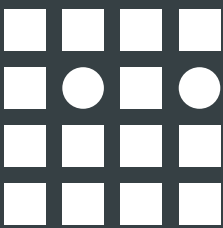
Schreib-/Leserichtung



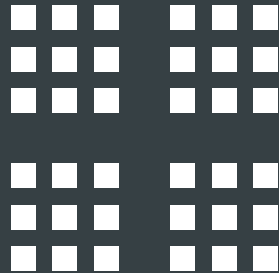
Durchgehende Linie und Kontinuität



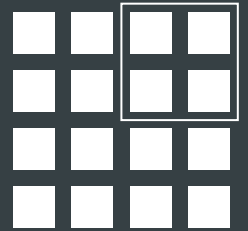
Vertikal und horizontal bevorzugt



Beziehungsbildung durch Ähnlichkeit



Beziehungsbildung durch Nähe



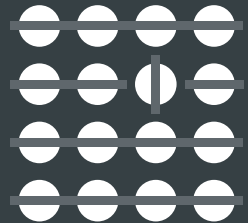
Beziehung durch gemeinsame Region



Einfache Formen werden oft als komplexe Gestalten interpretiert.



Interpretation ist von Erfahrung abhängig.



Was abweicht, wirkt prägnant.

Mit der Anzahl der Optionen steigt die Dauer der Bewertung.



Interpretation ist vom Kontext abhängig.



Unterschiede sollen eindeutig sein.



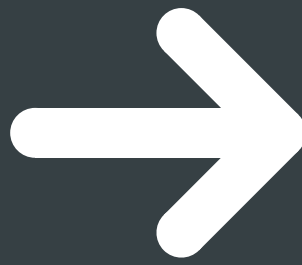
Gesetz der Schreib-/Leserichtung

Unsere Wahrnehmung ist geprägt von der Schreib-/Leserichtung. Beim Lesen folgen wir den Zeilen von links nach rechts und von oben nach unten. Der zeitliche Ablauf von Geschichten entwickelt sich nach dieser Logik. Bildgeschichten zeigen links die früheren Ereignisse, rechts die späteren. Rechts ist die Zukunft, links liegt die Vergangenheit. Bewegung interpretieren wir dieser Konditionierung entsprechend. Ein nach rechts gerichteter Pfeil weist nach vorne, ein Pfeil nach links zeigt zurück. Dieser Pfeil ► steht für Start, dieser ►► für weiter, dieser ◄◄ für zurück.

Verläuft eine Linie von links unten nach rechts oben, interpretieren wir sie als aufsteigend, umgekehrt als absteigend. Das Foto der Bahn rechts lässt keinen Schluss auf die Fahrtrichtung zu. Aufgrund unserer Vorliebe für Links-rechts-Bewegung scheint sie aber im linken Bild in den Tunnel zu fahren, während sie in der gespiegelten Variante rechts aus ihm herauskommt. Sie können die Richtung in den zwei Varianten zwar willentlich beliebig wechseln lassen, doch die Grundtendenz, mit der wir Bewegung interpretieren, führt von links nach rechts. Deshalb geht auch fort, wer nach rechts geht, und nach Hause, wer sich nach links bewegt.

Nach diesem Prinzip erschließen wir uns nicht nur Geschichten, sondern jedes Bild, jedes Foto, jede Grafik und jedes Layout. Links oben steigen wir ein, rechts unten aus. Links oben: Anfang; rechts unten: Ende.

- Der Pfeil weist nach vorne.
- Der Pfeil weist nach hinten (zurück).
- Die Treppe führt aufwärts.
- Die Treppe führt abwärts.
- Der Zug fährt in den Tunnel.
- Der Zug fährt aus dem Tunnel heraus.
- Die Frau geht zur Arbeit (oder aus).
- Die Frau geht nach Hause.
- Die Frau blickt in die Vergangenheit.
- Die Frau blickt in die Zukunft.



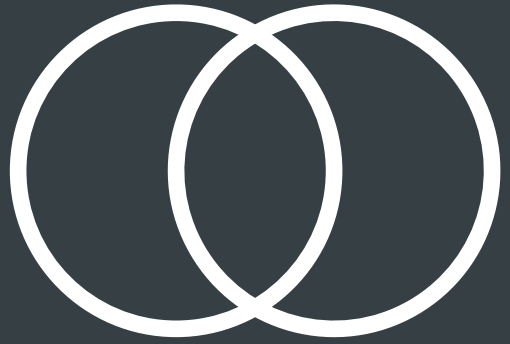


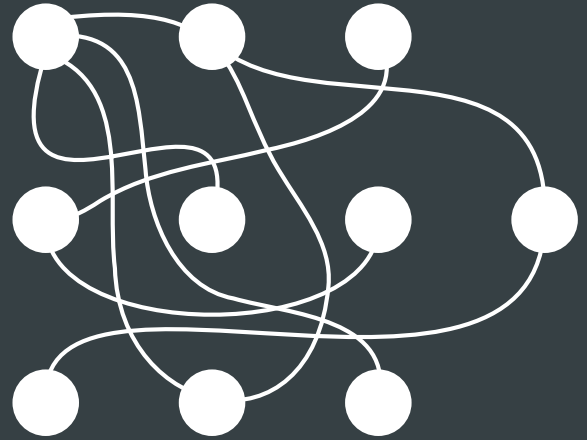
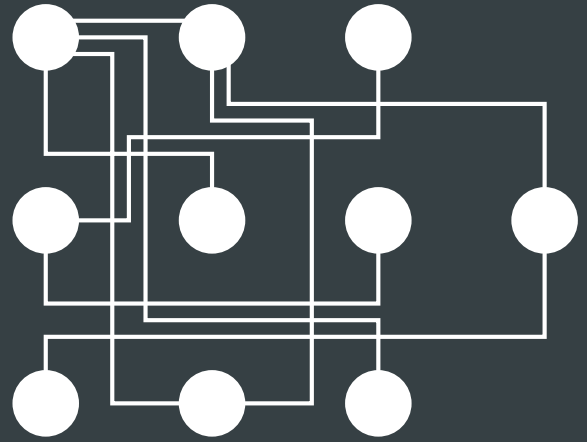
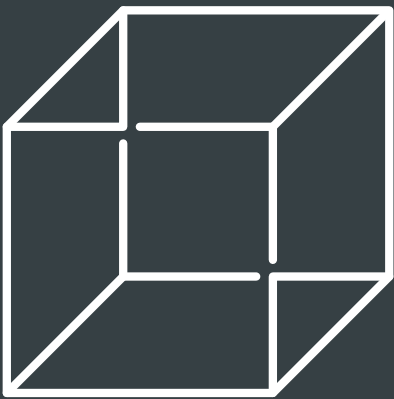
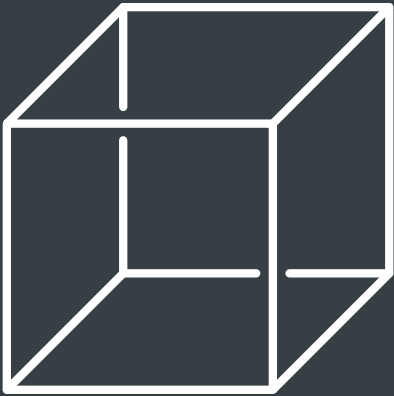
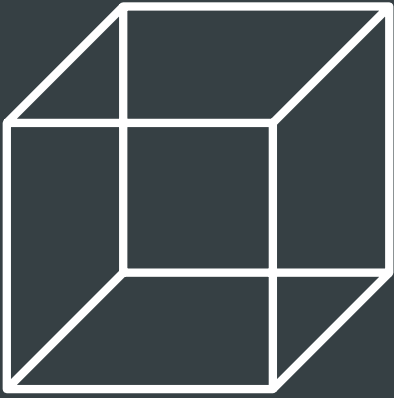
Gesetz der durchgehenden Linie

Das Gehirn hat es gerne einfach und geht am liebsten den Weg des geringsten Widerstands. Eine einmal eingeschlagene Richtung fortzusetzen ist ihm lieber als abrupte Richtungswechsel.

Das Gesetz ist simpel, doch von immenser Bedeutung für das Design. Ist die Wahrnehmung entlang einer Linie erst einmal richtig in Fahrt, folgt sie ihr auch über ihr Ende hinaus. Vor allem die Verlängerungen, die über die Gerade hinausragen, sind wertvoll, denn diese imaginären Linien lassen sich an anderer Stelle von anderen Geraden aufnehmen – darüber mehr im zweiten Kapitel. So werden die Einzelteile der Gestaltung zueinander in Beziehung gesetzt.

- ▣ Die Form oben wird als zwei sich überlagernde Ringe interpretiert, so wie in der Mitte dargestellt, kaum wie in der Abbildung unten.
- ▣ Die Form oben wird als Würfel interpretiert. Die Wahrnehmung setzt bei sich schneidenden Linien die Richtung fort (mittlere Grafik). Interpretationen, die Richtungswechsel erfordern, werden vermieden.
- ▣ Zwar wirkt die obere Grafik geometrisch und ordentlich, während die untere an ein Wollknäuel erinnert, über das ein Rudel Katzen hergefallen ist, dennoch fällt es leichter, den gebogenen Linien zu folgen als den rechtwinkligen Richtungswechseln.





Gesetz der Kontinuität

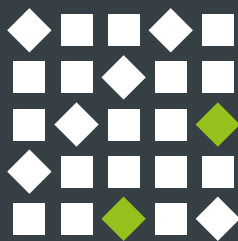
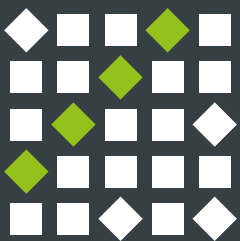
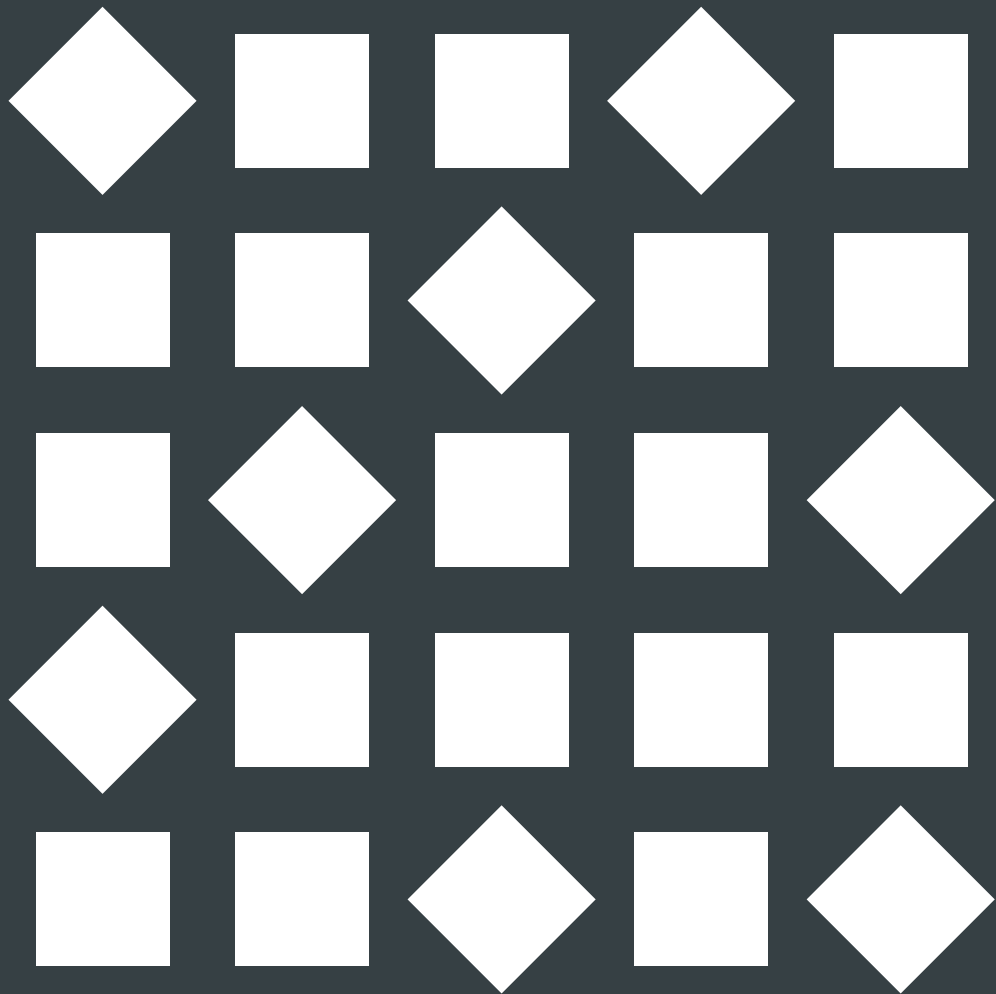
Das Gesetz der Kontinuität ist eine Erweiterung des Gsgesetzes der durchgehenden Linie. Elemente, die regelmäßig bzw. rhythmisch einer nachvollziehbaren Richtung bzw. Linie folgen, werden als zusammengehörend wahrgenommen. Folgt eine größere Anzahl Punkte einer Geraden, einem Bogen oder einer Welle, werden sie nicht als in Linie angeordnete Punkte wahrgenommen, sondern als gepunktete Linie. Ebenso fungieren Textzeilen gestalterisch als Linien.

Die Grafik der gegenüberliegenden Seite zeigt deutlich, wie sehr die Wahrnehmung dazu tendiert, Elemente, die in einer Linie ausgerichtet sind, als zueinander in Beziehung stehend bzw. zusammengehörend zu erfassen. Damit lässt sich nicht nur vermitteln, was als aufeinander bezogen wahrgenommen werden soll, sondern vielmehr verschränken sich die Einzelteile der Gestaltung umso mehr zu einem homogenen Layout aus einem Guss, je mehr visuelle Beziehungen erkennbar sind. Die Herausarbeitung kontinuierlicher Linien ist ein wesentliches Mittel dazu.

- Die Punkte bilden eine Linie.
- Die Punkte bilden eine Welle.
- Die Punkte bilden einen Kreis.
- Text bildet Linien.
- Das Beispiel der Gestaltpsychologie veranschaulicht, wie unsere Wahrnehmung auch entfernte Elemente als zusammengehörend erfasst, wenn sie einer gemeinsamen Linie folgen.
- Die vier geneigten Quadrate bilden eine Linie und werden als zusammengehörend erfasst.
- Auch diese Quadrate bilden eine Linie und werden als zusammengehörend erfasst.
- Selbst zwischen den Elementen an gegenüberliegenden Ecken stellt die Wahrnehmung wegen der Ausrichtung in einer Linie eine Beziehung her.



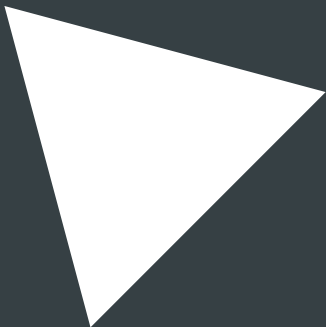
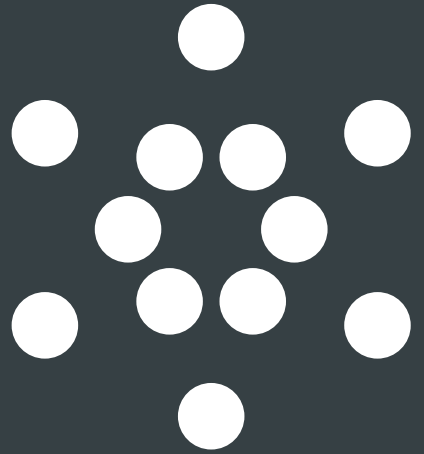
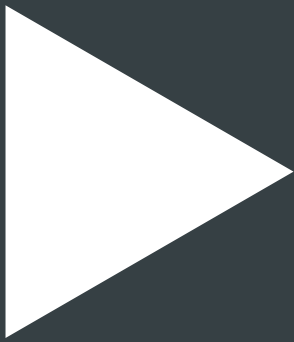
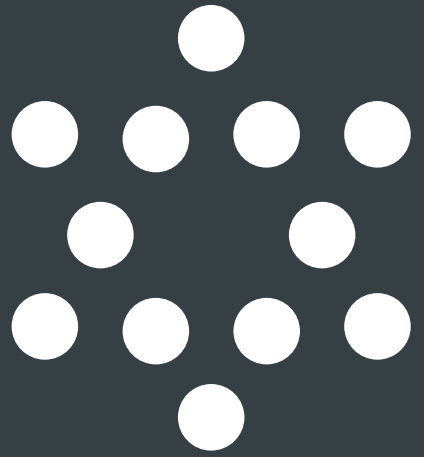
Buchstaben bilden Zeilen. Zeilen sind Linien.



Gesetz der guten Richtung

Unsere Wahrnehmung bevorzugt horizontale und vertikale Orientierung gegenüber schräg verlaufender Ausrichtung. Kontinuierliche Ausrichtung wird besonders eindeutig erfasst, wenn sie der Horizontalen oder Vertikalen folgt. Horizontale und vertikale Linien spielen deshalb bei der Ausrichtung eine besondere Rolle. Sollen Elemente mittels schräg verlaufender Linie in Beziehung gesetzt werden, ist eine deutlichere Herausarbeitung erforderlich und nicht immer funktionieren Schrägen für die Beziehungsbildung.

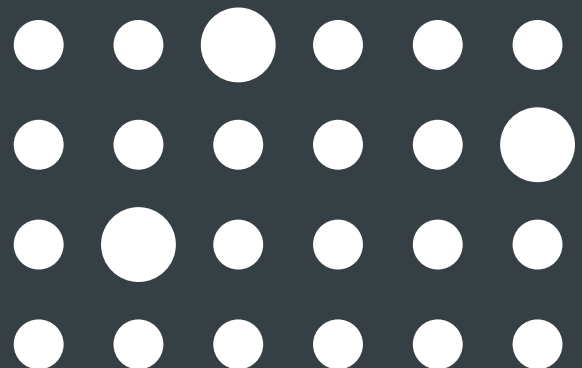
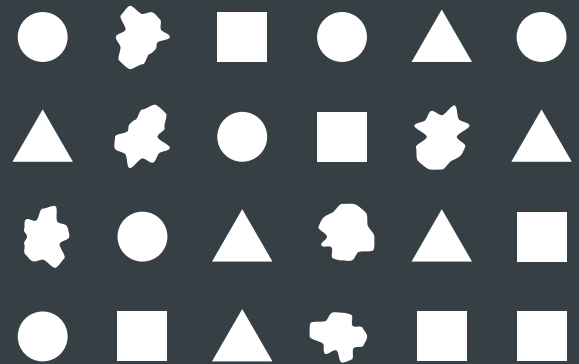
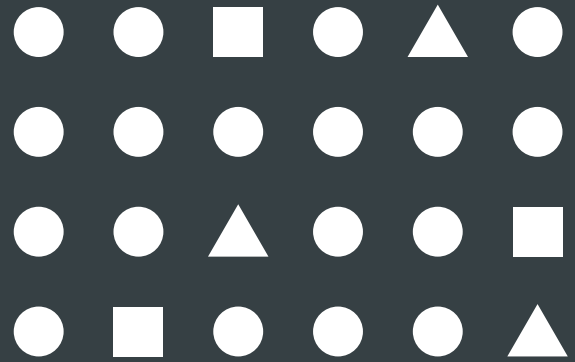
- Aufgrund der horizontalen Orientierung erkennen wir in der Anordnung der Punkte ein gleichseitiges Dreieck.
- Auch bei vertikaler Orientierung lässt sich das Dreieck gut erkennen, allerdings nicht ganz so klar wie bei horizontaler.
- Bei schräger Ausrichtung verliert sich die Form. Ohne Stützung durch die beiden Grafiken darüber könnte man die Verteilung auch als zufällig empfinden.
- Das horizontal ausgerichtete gleichseitige Dreieck weist nach oben.
- Das vertikal ausgerichtete Dreieck weist zur Seite.
- Das schräg stehende Dreieck weist überall und nirgends hin.
- Die in Linie platzierten Punkte werden als zwei überlagernde Dreiecke oder Hexagramm (sechszackiger Stern) wahrgenommen.
- Auch diese Punkte lassen sich zu einem sechszackigen Stern verbinden, doch ohne lineare Ausrichtung nehmen wir eher ein kleineres Sechseck in einem größeren wahr.
- Durch Abweichung von horizontaler/vertikaler Ausrichtung verliert sich die Sternform noch mehr.

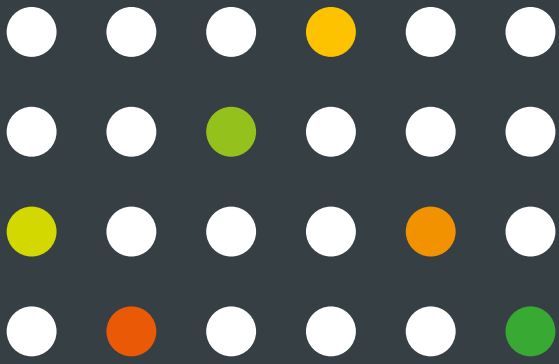
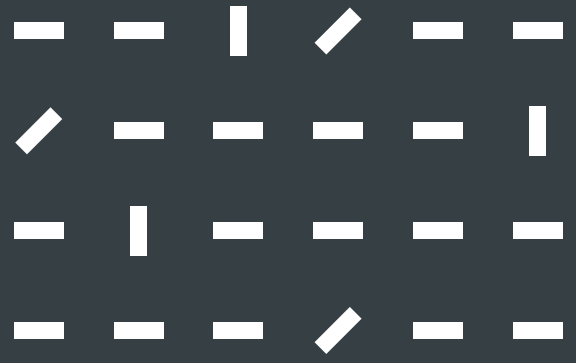
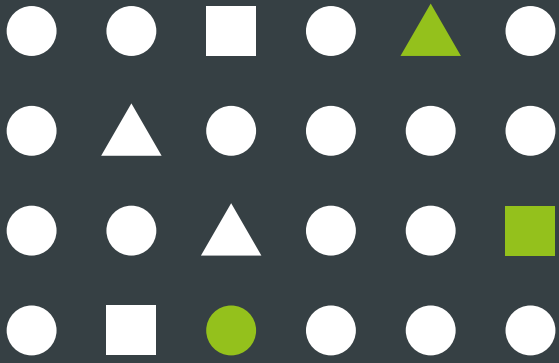
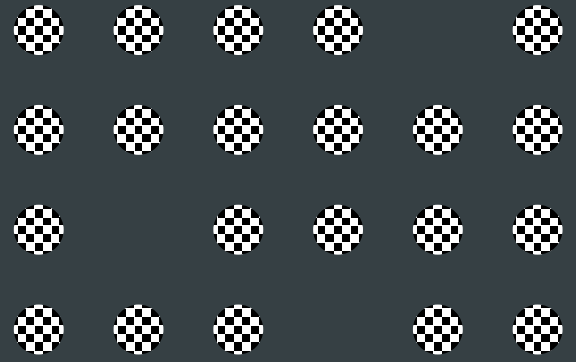
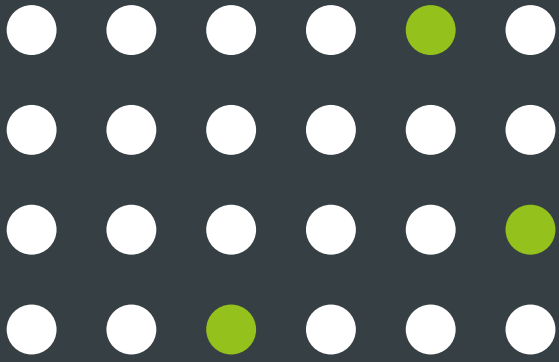


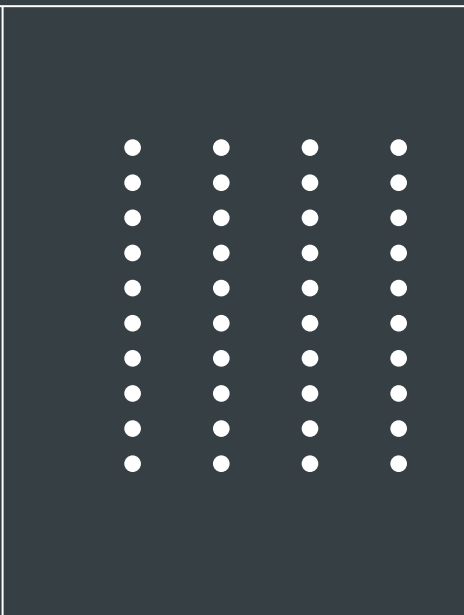
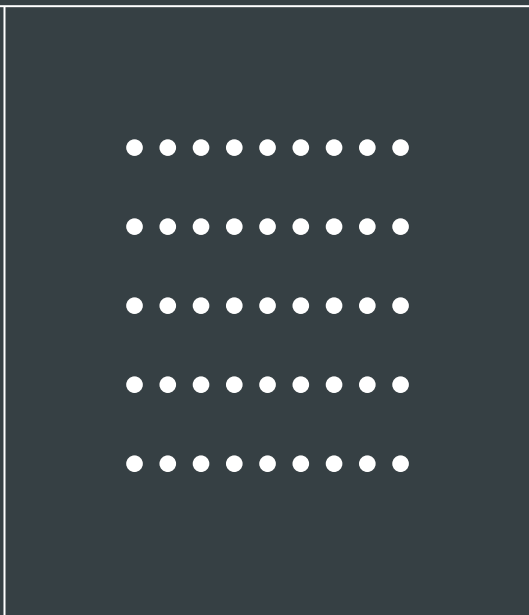
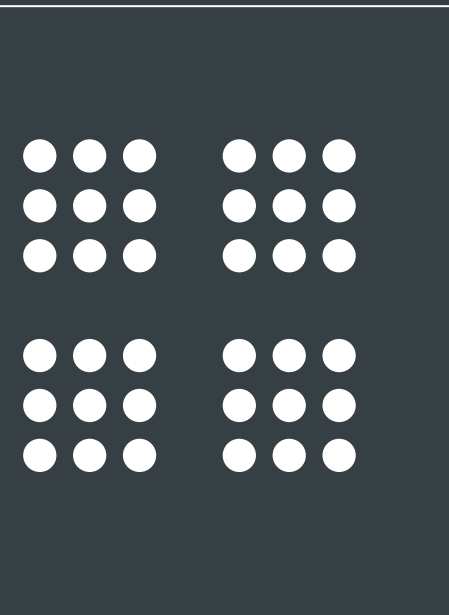
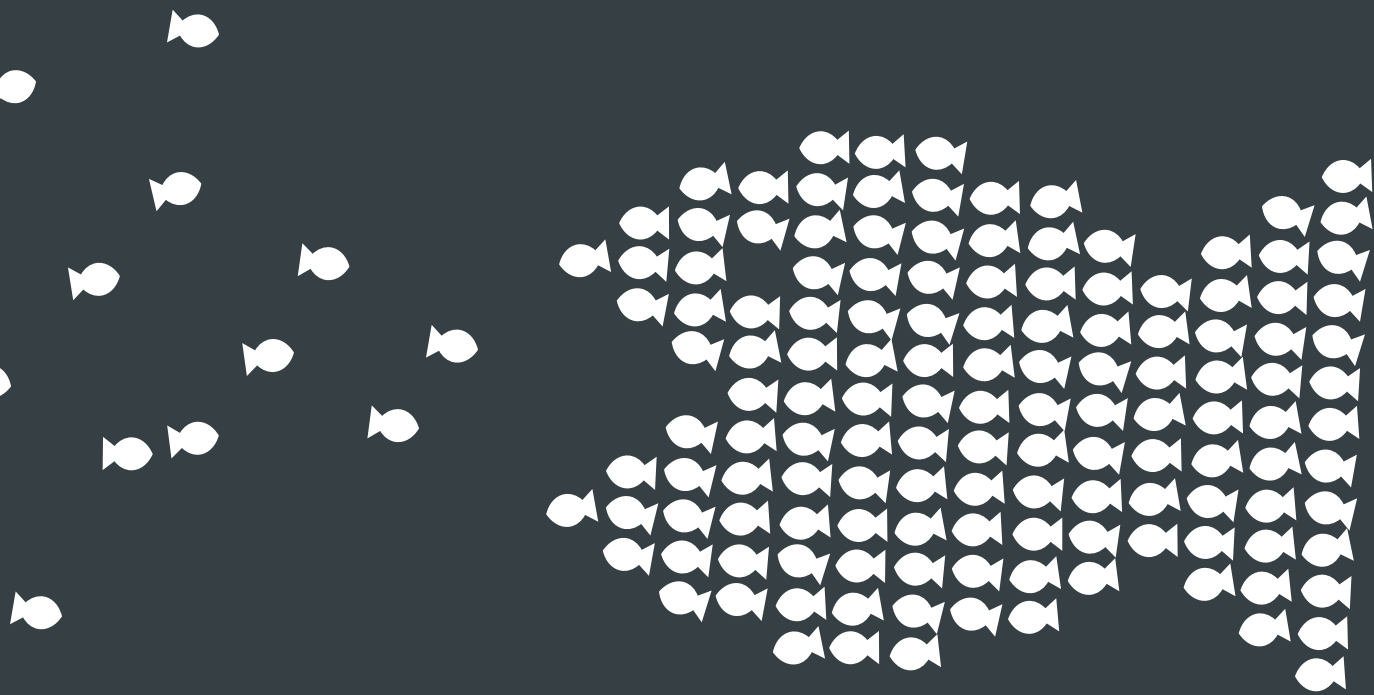
Gesetz der Ähnlichkeit

Elemente mit gleichen oder ähnlichen Eigenschaften werden als zusammengehörend wahrgenommen. Gruppenbildend wirken Form und formaler Charakter, Größe, Farbe, Textur und Ausrichtung. Bewusst eingesetzt lässt sich das Gesetz dazu nutzen, Zusammengehörigkeiten im Layout erfassbar zu machen und die Gestaltung zu gliedern. Gleichzeitig sollte darauf geachtet werden, dass nicht durch ein Übermaß an Unterschiedlichkeiten zu viele *visuelle Gruppen* entstehen.

- Elemente gleicher Form werden als zusammengehörend wahrgenommen.
- Ähnlichere Elemente werden eher derselben Gruppe zugeordnet. Die Abbildung zeigt 18 geometrische und 6 amorphe Formen.
- Elemente derselben Größe werden als zusammengehörend wahrgenommen.
- Elemente derselben Farbe werden als zusammengehörend wahrgenommen.
- Farbe wirkt besonders stark gruppenbildend und hat Vorrang gegenüber gleicher Form, gleicher Größe, gleicher Textur oder gleicher Ausrichtung.
- Auch wenn sich die Farben ähneln, können sie als zusammengehörend wahrgenommen werden, wenn sich die Farben deutlich von den Tönen der anderen Elemente unterscheiden.
- Elemente mit gleichem Muster bzw. gleicher Textur werden als zusammengehörend wahrgenommen.
- Elemente mit gleicher Richtung werden als zusammengehörend erfasst.









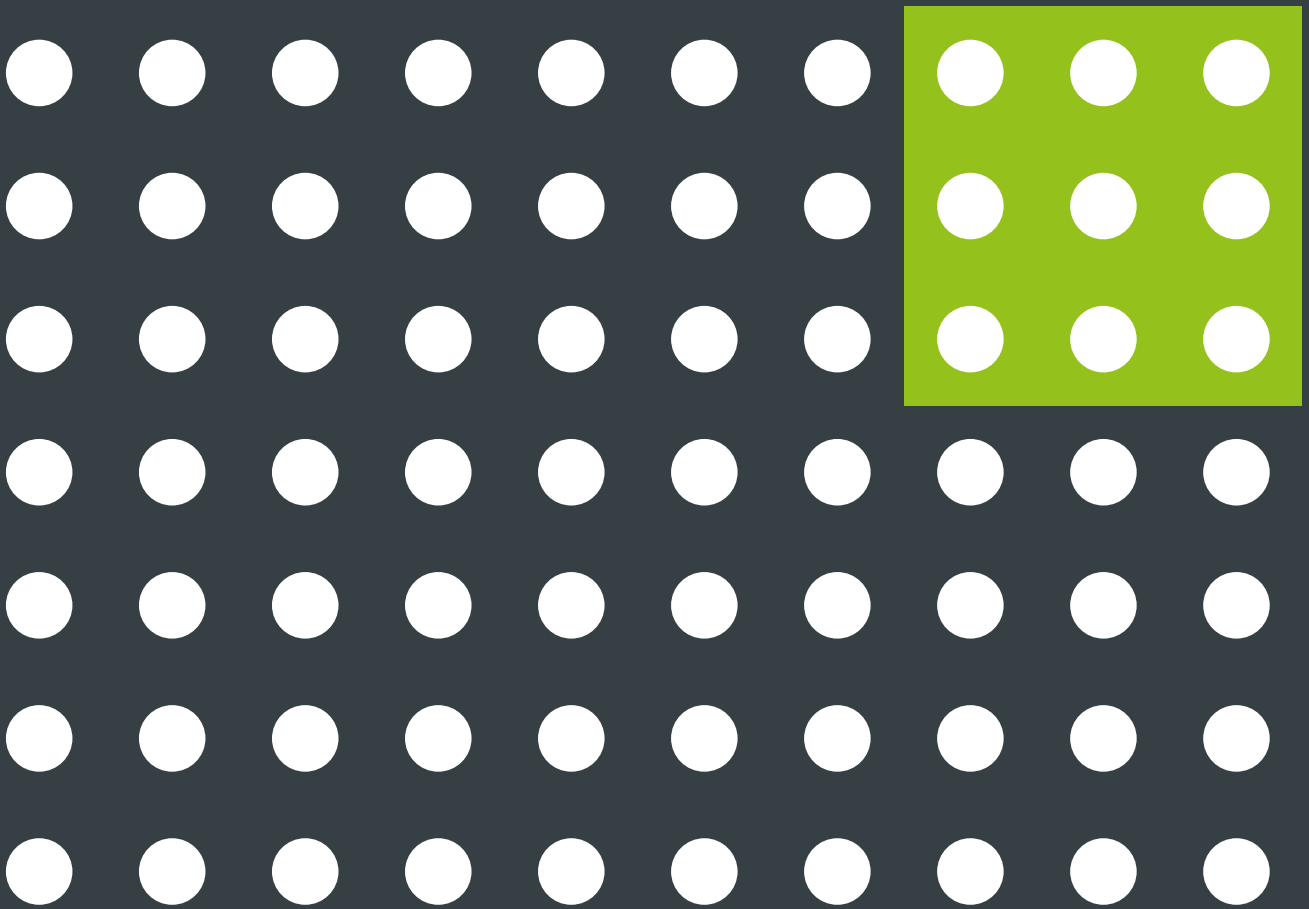
Zwei flinke Boxer jagen die quirlige Eva und ihren Mops durch Sylt. Dieser Satz ist ein Pangramm. Ein Pangramm enthält alle Buchstaben des Alphabets. Es wird manchmal als Blindtext genutzt. Blindtexte dienen als Platzhalter in einem Layout, um das Aussehen des fertigen Satzes anschaulich zu machen. Es gibt noch weitere Pangramme. Typische Katze quält wieder zum Jux süße Vögel auf dem Balkon. Die heiße Zypernsonne quälte Max und Victoria ja böse auf dem Weg bis zur Küste. Karl Mays Pferdevieh sagt »jawohl« zur Quellnixen am Bach. »Fix, Schwyz!«, quäkt Jürgen blöd vom Paß.

Zwei flinke Boxer jagen die quirlige Eva und ihren Mops durch Sylt. Dieser Satz ist ein Pangramm. Ein Pangramm enthält alle Buchstaben des Alphabets. Es wird manchmal als Blindtext genutzt. Blindtexte dienen als Platzhalter in einem Layout, um das Aussehen des fertigen Satzes anschaulich zu machen. Es gibt noch weitere Pangramme. Typische Katze quält wieder zum Jux süße Vögel auf dem Balkon. Die heiße Zypernsonne quälte Max und Victoria ja böse auf dem Weg bis zur Küste. Karl Mays Pferdevieh sagt »jawohl« zur Quellnixen am Bach. »Fix, Schwyz!«, quäkt Jürgen blöd vom Paß.

Gesetz der Nähe

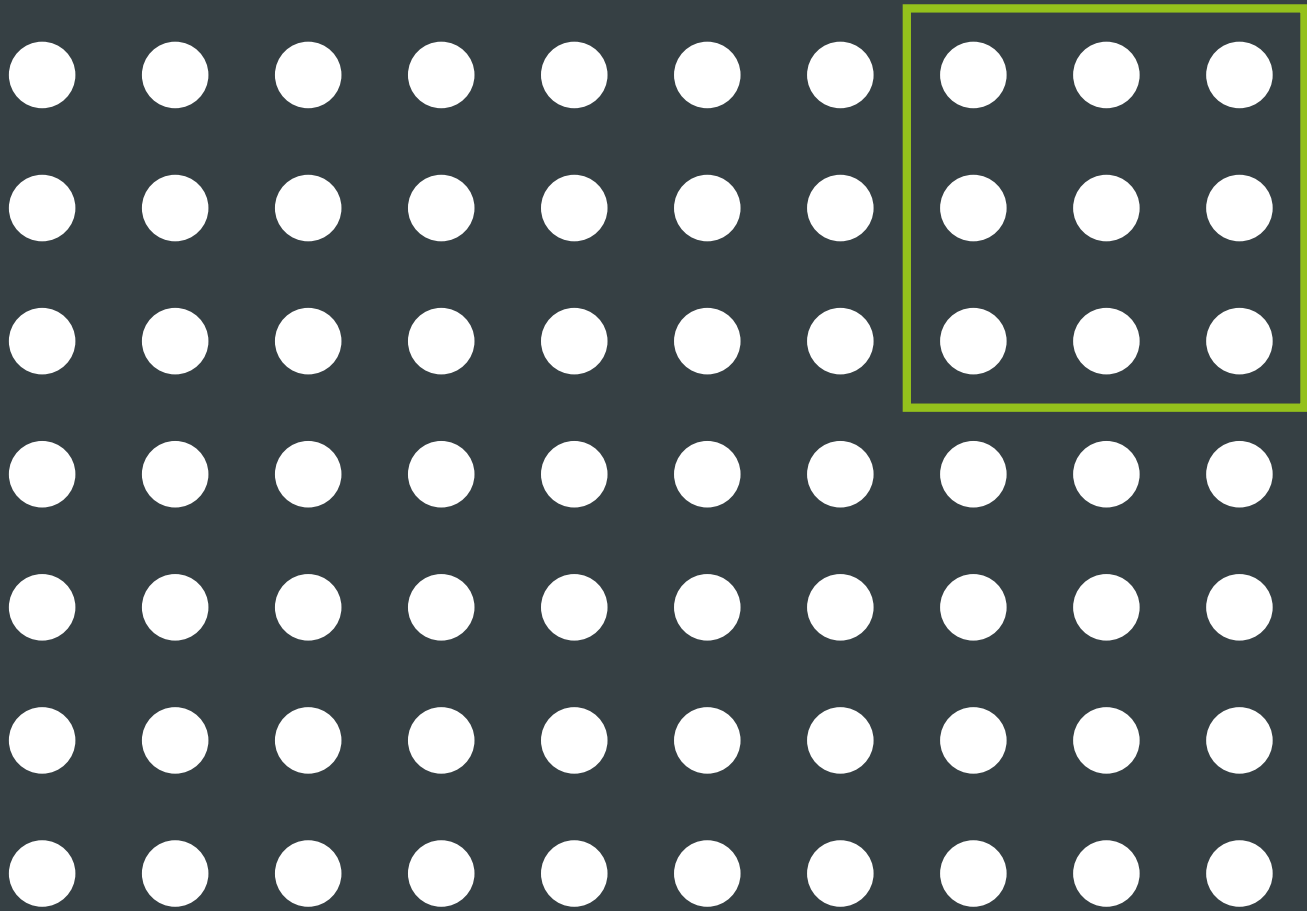
Elemente, die nahe beieinanderliegen, werden von der Wahrnehmung als Gruppe erfasst. Im Grafikdesign muss deshalb nahe beieinander platziert werden, was zusammengehört, und ausreichend Abstand haben, was in einen anderen Kontext gehört. Beispielsweise muss der Abstand eines Bildtextes zum Bild, das er beschreibt, immer deutlich geringer sein als zu jedem anderen Gestaltungselement.

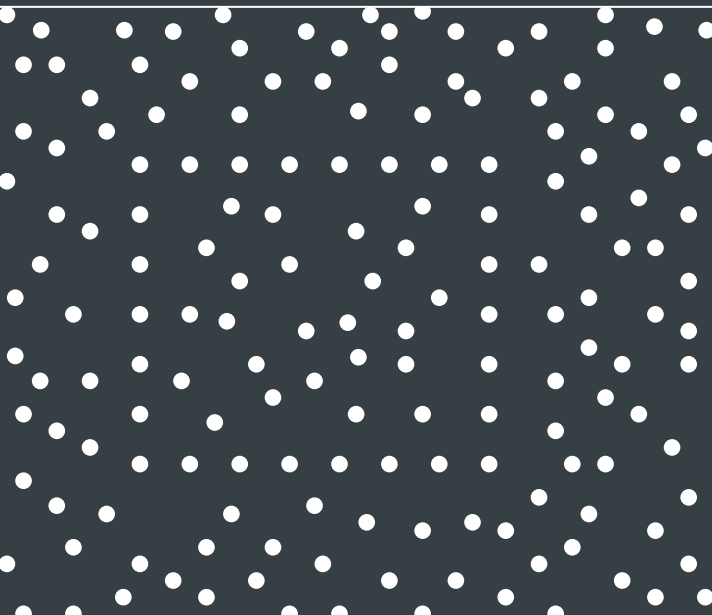
- □ Elemente, die nahe beieinanderliegen, werden als zusammengehörend empfunden. Ergeben sie gemeinsam ein geläufiges Bild, tritt das Gesamtbild gegenüber den Einzelementen in den Vordergrund (Grafik nach dem Vorbild einer Illustration von Silvano Pellin).
- □ Die 36 Punkte werden aufgrund ihrer Anordnung in vier Quadranten gruppiert.
- □ Die Punkte werden als horizontale Linien interpretiert.
- □ Die Punkte werden als vertikale Linien interpretiert.
- □ Das Gesetz der Nähe wirkt deutlich stärker als das Gesetz der Ähnlichkeit.
- □ Buchstaben werden durch unterschiedliche Abstände zu Wörtern und Sätzen. Nahe beieinanderliegende Buchstaben bilden Wörter und werden durch größere Abstände von anderen Wörtern getrennt. Buchstaben- und Wortabstände sollten jeweils optisch möglichst gleichmäßig sein, damit Text gut lesbar ist und ein ästhetisch überzeugendes Satzbild entsteht.
- □ Für eine klare Zeilenbildung und ein ansprechendes Satzbild muss der Zeilenabstand eindeutig größer sein als der Wortabstand. Hier ist das nicht der Fall!

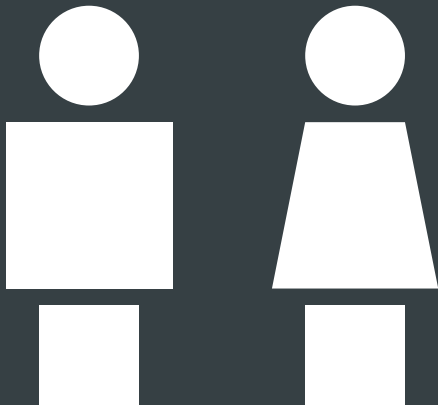


Gesetz der gemeinsamen Region

Unter mehreren Elementen werden diejenigen als zusammengehörend wahrgenommen, die in irgendeiner Weise von den anderen Elementen abgegrenzt sind. Nutzen Sie diese Möglichkeit, Layouts zu strukturieren, wenn andere Wahrnehmungsgesetze nicht ausreichen, um die Zusammengehörigkeiten eindeutig zu visualisieren. In Zeitungen beispielsweise dienen häufig Spaltentrennlinien dazu, Inhalte visuell zu gliedern.







INK

Gesetz der guten Gestalt

Wie beschrieben folgt das Gehirn gerne dem einfachsten Weg. Auch für komplexe Formen werden einfache Lösungen bevorzugt. Lassen sich die Elemente eines Motivs als logisches, vertrautes Bild interpretieren, nehmen wir dieses wahr, während die Einzelteile in den Hintergrund treten. Selbst in drastisch reduzierten, geometrischen, abstrakten oder scheinbar chaotischen Strukturen werden konkrete Gestalten erkannt.

Manchmal wird das Gesetz der guten Gestalt auch »Gesetz der Prägnanz« genannt, oder es wird mit dem »Gesetz der geschlossenen Form« gleichgesetzt.

- Acht komplexe Formen, und das Gehirn macht daraus eine einfache Lösung.
- Im Chaos der Punkte lässt sich eine Gestalt ausmachen – finden Sie sie?
- In der Ansammlung von Flecken erkennt die Wahrnehmung die Gestalt eines Dalmatiners (»Human Information Processing« von P. H. Lindsay und D. A. Norman, 1972).
- Es könnte sich um die Einfahrt zu einem Straßentunnel handeln – diese bilden solche Bogen über flacher Basis. Doch unsere Wahrnehmung bevorzugt die Interpretation eines vollen Kreises, der unten teilweise verdeckt ist – so könnte es sich beispielsweise um die auf- oder untergehende Sonne handeln oder den Vollmond, der durch ein Fenster nicht zur Gänze zu sehen ist.
- Eigentlich nur sechs einzelne Formen, doch unsere Wahrnehmung interpretiert sie als zwei Gestalten.
- Die Wahrnehmung interpretiert keine zwei Dreiecke zwischen I und K, sondern ein N.

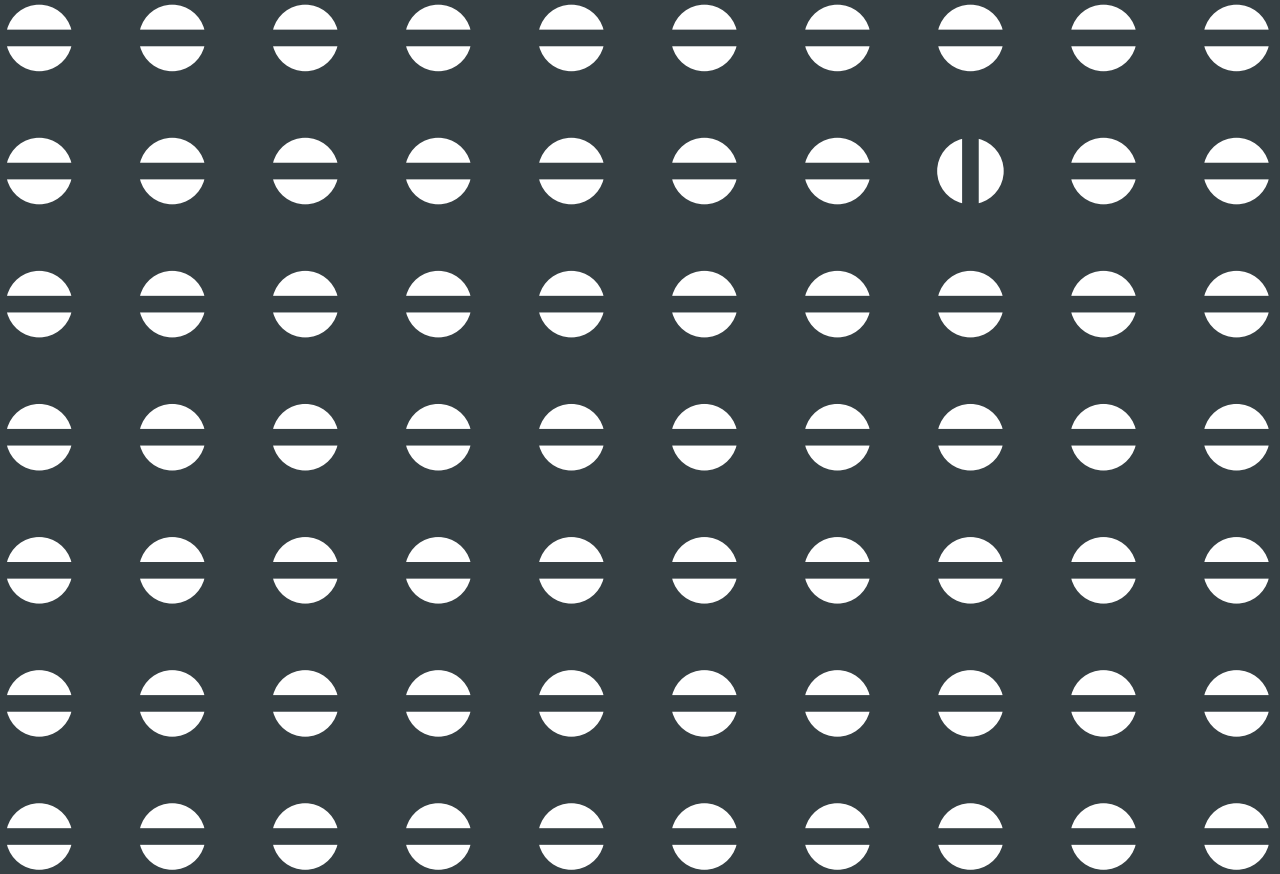


Gesetz der Erfahrung

Wie wir die Welt wahrnehmen und beurteilen, ist stark von unserer Erfahrung abhängig. Wir haben erfahren, dass rote Herdplatten heiß sind, dass schwarz-gelb gestreifte Insekten schmerzhaft stechen können, und wir können beurteilen, was stabil und was fragil ist. Wir haben gelernt, dass dieses Symbol ► in einem bestimmten Kontext für Start steht, dieses ■ für Stopp, dieses || für Pause und dieses ● für Aufnahme.

Wie stark wir von unserer Erfahrung geprägt sind, zeigen die beiden Bilder auf dieser Doppelseite. Eigentlich handelt es sich um ein Bild, das lediglich einmal um 180° gedreht wurde. Wir haben gelernt, dass Licht von oben kommt, und leiten von den Licht- und Schattenkanten ab, ob Elemente erhaben oder vertieft sind. Deshalb nehmen wir auf der linken Seite die floralen Elemente vertieft wahr, während wir sie rechts erhaben sehen.





Gesetz der Prägnanz

Unter mehreren gleichen oder ähnlichen Elementen tritt hervor, was sich deutlich unterscheidet. Im Grafikdesign lässt sich das nutzen, um die Aufmerksamkeit der Betrachtenden gezielt auf ein Element zu lenken. Das funktioniert am besten, wenn nicht nur das zu betonende Element anders gestaltet ist, sondern parallel dazu die Elemente, von denen es sich abheben soll, ähnlich bis gleich angelegt sind.

In der Gestaltpsychologie und der Gestaltungslehre begegnet man dem »Gesetz der Prägnanz« noch in einer anderen Auslegung: Manchmal wird der Begriff synonym für das »Gesetz der guten Gestalt« verwendet (Seite 51).





Hicksches Gesetz

William E. Hick war Mediziner und Wissenschaftler. Sein Gesetz von 1952 – auch Hicks Gesetz oder Hick-Hyman-Gesetz genannt – besagt, dass die Reaktionszeit mit der Anzahl der zur Verfügung stehenden Möglichkeiten steigt. Es spielt in der Verkehrspsychologie eine Rolle. Seine Untersuchungen zeigten, dass die Zeit, sich für eine Option zu entscheiden, durch jede zusätzliche Alternative steigt. Bei zwei Möglichkeiten beträgt die Reaktionszeit durchschnittlich etwa 0,3 Sekunden, bei vier 0,6 Sekunden und bei sieben etwa 1 Sekunde.

Man mag denken, dass Reaktionszeit in der Werbung keine dem Verkehr vergleichbare Bedeutung hat. Doch wie lange brauchen wir, um ein Plakat zu passieren oder eine Seite um- und damit ein Inserat zu überblättern? Was für Auswirkungen hat das Gesetz im Umfeld eines Shops oder Markts, in dem dutzende oder hunderte Optionen zur Verfügung stehen?

Mir als Gestalter sagen die Erkenntnisse von Hick, dass sich visuelle Kommunikation besser erfassen lässt, wenn sie den Kern auf den Punkt bringt.





Gesetz des Kontexts

Zu den Kernaussagen meines Gestaltungsunterrichts gehören zwei Sätze: »Die wichtigste Gestaltungsregel lautet: schauen!« und »Die richtige Antwort auf alle Fragen lautet: Es kommt drauf an«.

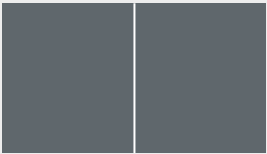
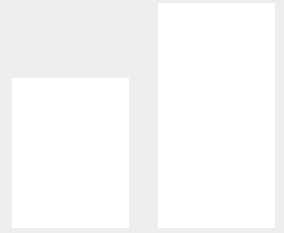
Es gibt im Grafikdesign keine 08/15-Standardlösungen. Jede Aufgabe erfordert ihre eigene individuelle Lösung. Auch in der Anlage der Details gibt es für Gestaltung kein Schema F. Die Bedeutung der Mittel visueller Kommunikation ist vom Kontext abhängig. Farben beispielsweise sind mit Bedeutungen verknüpft,

doch oft sind es viele Bedeutungen und manchmal sind sie widersprüchlich. Rot beispielsweise steht einmal für Liebe und Leidenschaft, ein andermal für Blut und Gewalt und dann auch wieder für Stopp oder Alarm. Erst im Kontext erschließt sich, in welcher Funktion die Farbe gerade auftritt.

Die Einzelelemente einer Gestaltung dürfen nie isoliert und für sich betrachtet und beurteilt werden, sondern sind immer im Kontext des Umfelds und vor dem Hintergrund der Aufgabenstellung zu sehen.



Als Gestalter erarbeiten wir Layouts Element für Element und legen viel Wert auf die Optimierung der Einzelteile. Verlieren wir dabei das große Ganze aus den Augen, besteht die Gefahr, dass sich aus dem Kontext der Einzelelemente Beziehungen und Bedeutungen ergeben, die unerwünscht sind. Wir dürfen nicht vergessen, dass ein Betrachter einen Entwurf nicht Einzelteil für Einzelteil erfasst, sondern die Summe der Teile als Ganzes. Die Optimierung der Teile ist für ein optimales Ganzes zwar notwendig, doch die Wirkung der Gesamtheit hat Priorität.



Gesetz der Eindeutigkeit

Grafikdesign ist visuelle Kommunikation. Kommunikation funktioniert am besten, wenn sie die Dinge auf den Punkt bringt. Dazu ist Eindeutigkeit erforderlich. Eindeutigkeit in den Beziehungen der Elemente zueinander. Eindeutigkeit in den Aussagen, die vermittelt werden sollen. Und ebenso Eindeutigkeit in der Gestaltung der Elemente an sich.

Diese Doppelseite zeigt sechs Beispiele zu Größe, Teilung (Platzierung), Orientierung, Richtung (Neigung) Abstand und Farbe. Die linken und rechten Beispiele zeigen jeweils eindeutige Varianten, die mittleren hingegen sind uneindeutig, ambivalent, unentschlossen – nicht Fisch, nicht Fleisch. Und das sollte im Design stets vermieden werden.

- Die Gestaltungselemente sollen gleich groß oder deutlich unterschiedlich groß sein.
- Die Flächenteilung soll gleich große oder deutlich unterschiedlich große Flächen ergeben. Ebenso sollen Elemente auf einer Fläche eindeutig in der Mitte oder klar versetzt stehen.
- Die Elemente sollen in einer Linie ausgerichtet oder deutlich versetzt platziert sein.
- Die Elemente sollen entweder exakt ausgerichtet sein oder eindeutig schräg stehen.
- Gestaltungselemente sollen einen deutlichen Abstand aufweisen oder sich klar berühren.
- Die Farbe der Elemente soll entweder gleich oder klar unterschiedlich sein.

