



Ein Foto mit Detailreichtum kann nicht gleichzeitig plakativ sein. Für ein Plakat, Poster oder auch für eine Anzeige ist es ungeeignet, weil nicht plakativ fotografiert. Die fotografische Qualität ist völlig unabhängig von der Eignung in der Kommunikationswirtschaft. Fotos: Ralf Turtschi

Gestaltungsgesetze

Gesetz der Einfachheit

Wer kennt sie nicht, die oft bemühte Lebensweisheit: Weniger ist mehr. Was bei vielen Lebenssituationen gilt, ist auch in Gestaltungsfragen unbestritten. **Ralf Turtschi**

Stilfragen sind in der Mode, im Industriedesign, in der Architektur, der Kunst oder der Fotografie einem stetigen Auf und Ab unterworfen. Was wir doch gestern erst als Nonplusultra empfunden haben, gilt heute als grottenhässlich. Erinnert sich jemand an die ersten

Macintosh Plus? Das Design der beige-farbenen Kästen! Und die grobschlächtigen Tastaturen! Was haben wir damals diesen Dingen nachgeheifert.

Stilfragen treiben auch die Typografie-Interessierten um. Einer Phase der Strenge folgte immer wieder die Opulenz und umgekehrt. Auf den rankenverliebten Jugendstil folgte die Bauhauszeit mit ihrer Strenge und Funktionalität. Die heute noch in vielen Köpfen sitzende Schweizer Typografie bestand aus Helvetica, Futura, Akzidenz Grotesk – horizontal und vertikal. Der Bleisatz gab die Position und die Anordnung vor.

Erst in den 1990er-Jahren brachten Quereinsteiger mit dem Desktop Publishing die Regeln der gestandenen Typografen durcheinander. Dieser Ausflug in die Annalen zeigt, dass Gestaltung immer im Zusammenhang mit



Ralf Turtschi ist Inhaber der R. Turtschi AG, visuelle Kommunikation, 8800 Thalwil. Der Autor ist als Journalist und Fotoreporter für die Gewerbezeitung, unteres linkes Zürichseeufer und Sihltal,

unterwegs. Er ist als Dozent beim zB. Zentrum Bildung, Baden, tätig, wo er beim Diplomlehrgang Fotografie Fotobuchgestaltung lehrt und an der Höheren Fachschule für Fotografie das Studienfach Design unterrichtet. Kontakt: agenturtschi.ch, turtschi@agenturtschi.ch, Telefon +41 43 388 50 00.

so nicht ...



Vier wiederkäuende Kühe im Gras, drei Geissen, im Hintergrund der Sihlsee. Solche Fotos zeichnen zwar Geschichten auf, sie sind indes nicht plakativ.

Zürich Stein & Garten Pflege
 Pflasterreinigung, Terrassenreinigung, Fassadenreinigung, Holzreinigung, Dachreinigung
 Wir reinigen schiefwand und gerändelt Giebeln, Oberflächen wie z.B. Balkenbänke, Terrassen, Schwämme, Pergolen, überlappende große Plätze, schräge Fassaden und Böden.
 Auch Fassade im Innenbereich von Gebäuden bekommen durch unsere Reinigung wieder ihren ursprünglichen "glanz".
 Wir reinigen diese chemische Leisten nur mit Wasser.
 Anschließend erfolgt eine Behandlung mit unserer speziellen Äpfel- und Mandelrinne sowie einem Nano-Langzeitwachs.
 Gratis Offerte vor Ort!
 Zürcher Str. 70 · 8952 Schlieren
 E-Mail: stein@zsg.ch
 044 - 556 70 55
 Mobil: 076 / 42 42 494
 Öffnungszeiten: Mo.-Sa.: 8.00 - 19.00 Uhr
 Elisabeth D. Fergin (Inhaberin/Steuervertreterin)

Diese Zeitungsbearbeitung ist proppenvoll und strahlt vor Schreibfehlern. Sie wirkt durch die unterschiedlichen Gestaltungselemente unruhig.

Geschichte gesehen werden muss. Mit anderen Worten: Man gewöhnt sich so schnell ans Schöne wie ans Hässliche. Schön und hässlich sind vergängliche Brüder. Zur eigenen Anschauung sollte man sich einfach alte Fotoalben ansehen, Frisuren und Brillen im Speziellen.

Visuelle Kommunikation besteht nun aber nicht nur aus bestimmten Modeströmungen, die kommen und gehen, sondern auch aus fundierten Gesetzmässigkeiten, die Bestand haben. Diese Gesetzmässigkeiten sind empirisch belegt, sie orientieren sich an der Funktionsweise des Sehens und blenden jegliche Wertung aus.

Wir Konsumenten neigen dazu, unsere subjektive Wertung über die objektive Wirkung zu stellen. Ein Beispiel: Blau ist eine als kalt empfundene, Rot eine warme Farbe. Objektiv gesehen, also ohne Wertung, können dieser Aussage wohl die meisten Menschen zustimmen. Deswegen braucht Rot nicht allen zu gefallen, hier haben

wir den wertenden Teil der Gestaltung. Wer gestaltet, muss sich zwingend mit den objektiven Gesetzmässigkeiten, also den Wirkungsweisen, auskennen, man sollte nicht einfach frei nach Lust und Laune loslegen.

Das Gesetz der Einfachheit

Dieses Gesetz sagt im Wesentlichen, dass einfache Formen, Farbzusammenstellungen, Schriften, Gestaltungen bevorzugt wahrgenommen werden. Wenn man in einer Zehntelsekunde die im Kasten rechts vorgestellten Formen von Herz und Bananen vorgesetzt bekommt, wird man eben das Herz erkennen und die Bananen nicht.

Das Gesetz der Einfachheit wirkt universell auf alle Genres der visuellen Kommunikation. Die Fotografie ist davon betroffen, die Plakatgestaltung, die Typografie von Flyern, Logos, Websites und anderes. Auch wer Texte schreibt, bemüht sich um Kürze, verschachtelte Sätze werden



Hier liegt der Fokus klar bei der Ziege. Im Vergleich zum Bild links ist dieses Foto plakativer.

Kurz erklärt

Das Gesetz der Einfachheit besagt, dass wir einfache Formen bevorzugt wahrnehmen.

Die Ähnlichkeit mit dem tatsächlichen Objekt spielt eine Rolle.



Das ist ein Ei.



Das ist ein Herz.



Aber was ist das? – Bananen!

Die Wahrnehmung funktioniert über Konventionen, also erlerntes Wissen. Auch hier funktioniert die Einfachheit der Form. Je einfacher, desto besser wird sie wahrgenommen.



Abc

«Verschnörkelte» Schriften werden weniger schnell wahrgenommen und gelesen als solche mit einfachen Formen.

LIEBE LESERINNEN UND LESER

Liebe Leserinnen und Leser

Komplexe oder ungewohnte Logos werden nicht oder weniger schnell wahrgenommen als solche mit klaren Formen.



Guten Tag,
 spielt auch Ihre Bank verlinkt?
 Auch bei schlechter Auslastung und bereits abgenutzter Anleihe können wir Ihnen ein Darlehen vermitteln zu günstigen Zinsen von 1,9% p.a. und einer Laufzeit von bis zu 18 Jahren.
 Nutzen Sie jetzt diese Chance wie viel andere schon vor Ihnen.
 Unser Angebot an Arbeitskollegen (Privat):
 Kreditlinie bis 20.000 Euro, Laufzeit max. 18 Jahre
 Zinssatz ab 1,9% p.a., keine Vorkosten für die Laufzeit
 Unser Angebot an Selbstständige (Mantel, Gewinne, Dienstleistung, usw.):
 Kreditlinie bis 20.000 Euro, Laufzeit max. 18 Jahre
 Zinssatz ab 1,9% p.a., keine Vorkosten für die Laufzeit
 Es geht schnell und unbürokratisch
 Expressbearbeitung und Auszahlung innerhalb von einer Woche
 Keine Vorkosten – keine Versicherung
Beantragen Sie Ihren Kredit noch heute!

Unübersichtliche und mit vielen Elementen überladene Layouts werden weniger schnell wahrgenommen als aufgeräumte. Im Internet gelten die gleichen Gesetze.

Fotos, bei denen Figur und Grund klar erkennbar sind, werden schneller und bevorzugt wahrgenommen.



nicht geliebt. Das Gesetz der Einfachheit ist eng verwandt mit dem Figur-Grund-Gesetz aus der letzten Publisher-Ausgabe. Komplexe Bildaufbauten, die Fotografen heute so lieben, erzählen zwar ganze Geschichten, aber kein Mensch kann sie erkennen, geschweige denn lesen. Figur und Grund verschmelzen zu einer einzigen Komposition. Plakatives Fotografieren wäre in der Ausbildung so wichtig, man kann es in keinem Lehrplan finden. Es verwundert nicht, wenn aktuelle Plakate, Anzeigen oder Flyer reihenweise durchfallen. Sie versuchen, möglichst viel zu erklären und vergessen dabei, dass Konsumenten nicht so funktionieren. Das Zuviel an visuellen Mitteln in der Anzeige führt nicht zum

aufgeklärten Konsumenten, im Gegenteil, es führt zu Ablehnung. Empfinden wir nicht auch im Web eine Abscheu vor blinkenden Bannern und Werbung, die sich kaum vom redaktionellen Angebot unterscheiden? Weniger ist mehr.

Auch nach über 500 Jahren Buchdruckkunst ist das Wissen um Gestaltungsgesetze im Markt noch zu wenig bekannt. Je mehr Content-Management-Systeme hochautomatisiert Kommunikationsmittel herstellen, desto schlimmer sehen sie aus. Doch wer bringt dem Algorithmus bei, wie ein Bild oder eine Typografie auf der Anzeige wirkt? Die IT-Spezialisten? Nicht wirklich. ←

Zeitungsanzeige im Kacheldesign. Kleinstbilder, verschiedene Schriften, Mittelachsensatz, linksbündiger Satz, negative und positive Schrift, ein Hintergrundbild, verschiedene Schriftgrößen und Schriften. Weniger ist mehr.



Rechts: Kleinstbilder können nicht kommunizieren, man hat hier erst einmal keine Ahnung, was das Ganze soll. Niemand wird hier neugierig.



so nicht ...



... besser so



Oben: Musicaldarstellerin aus «Die Schöne und das Biest» auf der Walenseebühne. Das Bühnenbild und das Kostüm sind nur schwer zu unterscheiden.

Rechts: Theaterdarstellerin auf der Bühne. Mimik und Gestik kommen besser zur Geltung, da der Hintergrund einfarbig ist.



Zeitungsanzeige, bei der das Bild viel zu komplex aufgebaut ist. Die glückliche Familie am Tisch, der Vater am Grill, vor einem wilden Hintergrund. Das funktioniert auf die Schnelle nicht. Auch die grauen Grillstationen auf grauem Grund sind schlecht erkennbar.



In dieser Zeitungsanzeige ist das Bild zu komplex aufgebaut. Von vorn: Bach, Steine, Personen, Wiese, Wald, Berge, Himmel. Es wird zudem gestört durch zwei Headlines und einen Sticker.