



Wer um Himmels willen hat dieses Plakat gestaltet und finanziert? Bei allem Respekt: Bild- und Textausage funktionieren schlicht und einfach nicht. Bei Fotografien sind kontrastreiche Bilder, die Figur und Grund klar erkennen lassen, Pflicht.

Gestaltungsgesetze

Das Figur-Grund-Gesetz

Gestaltung ist eine Geschmacksfrage, meinen viele Beobachter. Das eigene subjektive Empfinden in Ehren – doch Geschmack kennt auch objektive Beurteilungskriterien, die in vielen Gestaltungsgesetzen dokumentiert sind. **Ralf Turtschi**

Es ist ein wesentlicher Unterschied, ob ich im Gestaltungsprozess auf der Empfänger- oder auf der Absenderseite stehe. Als Empfänger kann ich ungestraft so empfinden, wie ich will; keiner wird wegen seines Geschmacks abgestraft. So kann ich Olivenglace köst-

lich finden, 25 Grad warmen Rotwein oder Andy Warhol mögen. Der Konsum von etwas, das mit Sinnlichkeit zu tun hat, ist eine höchst persönliche Sache. Und das ist auch gut so.

Ganz anders sieht es aus, wenn man etwas produziert, das möglichst viele Geschmäcker treffen soll: bei Konsumgütern aller Art. Wir dürfen auch visuelle Dinge wie Fotos, Grafikdesign oder Typografie dazuzählen. Wer also kommerziell gestaltet, ist nicht primär seinem eigenen Geschmacksempfinden verpflichtet, sondern will einer definierten Zielgruppe gerecht werden. Ein Künstler mag sich nur um seinen Ausdruck, um seinen Stil kümmern. Im Auftragsgeschäft sind es oft die Auftraggeber, die mit der Gestaltung eine verkaufsfördernde Wirkung erzielen wollen. Da sind enge Regeln des Corporate Image oft vordergründig. Wer weiss, welche Designs gerade in wel-



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.



Bei diesem Plakat ist von weitem nichts zu erkennen, weil das Figur-Grund-Gesetz nicht angewendet wurde. Zudem ist das Gesetz der Einfachheit verletzt: Der zu komplexe Bildaufbau und die unleserliche Headline funktionieren nicht.

chem Umfeld angesagt sind, welches die Sehensweisen von Konsumenten sind, wer auf welche Art schaut, erkennt und liest, der sollte diese Erkenntnisse einsetzen und nicht einfach nach seinen persönlichen Vorlieben agieren.

Gerade im Plakatdesign treten gravierende Mängel zutage. Weisse Schriften auf hellblauem Grund, viel zu klein und völlig unleserlich, überfordern jeden Automobilisten. Plakate, die in zwei Sekunden komplexe Bildgeschichten erzählen wollen, zeugen von Dilettantismus erster Güte. Ein Plakat funktioniert wie eine Ohrfeige, sie muss sofort kleben. Kein Mensch lässt sich auf einen Boxkampf über neun Runden ein – jede Textfülle ist herausgeworfenes Geld. Wenn ein Plakat nicht wie eine Ohrfeige sitzt, funktioniert es nicht. Man kann es auch positiv sehen: Solche Arbeiten sind immerhin finanzielle Zuwendungen

für die Werbe- und Druckbranche. Die Auftraggeber dürfen dann allerdings nicht reklamieren, dass Werbung nichts nützt. So nicht.

Elementar wichtig für Auftraggeber und Gestalter sind die Gestaltungsgesetze. Ihnen kann niemand entrinnen. Die Art und Weise, wie wir sehen, ist empirisch dokumentiert und auch mit der eigenen Seherfahrung nachzuvollziehen. Es gilt also die Wirkungsweise von visuellen Elementen und nicht, ob einem etwas gefällt oder nicht. Wir gestalten wirkungsorientiert – nicht für uns selbst, sondern für unsere vermeintliche Zielgruppe. In dieser Denkweise bewegen sich Designerinnen von Babysachen in Rosa und Hellblau. Schwarz, Braun, Violett oder Grau liesse sich kaum verkaufen.

Im Schulbetrieb sind die Gestaltungsgesetze in der Formenlehre und Farbenlehre verankert. Nach diesen Gesetzen können wir herleiten, dass



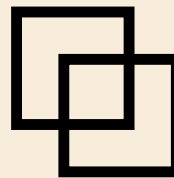
Tischset für einen Tag der offenen Tür. Typografie auf einfarbigem und unstrukturiertem Grund funktioniert immer.



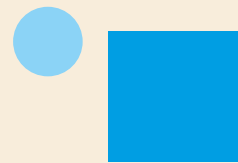
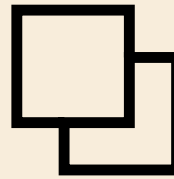
Hier ist eine klare Figur vor einem ebenso klaren hellen Hintergrund auszumachen. Die Headline ist leserlich, das Logo ist oben günstiger positioniert als unten. Die Macher verstehen sich auf die plakative Kunst der Einfachheit.

Kurz erklärt

Das Figur-Grund-Gesetz beschreibt, wie wir Objekte vor einem Hintergrund unterscheiden können.



Zwei übereinanderliegende Quadrate. Nicht klar ist, welches Quadrat vorne und welches weiter hinten liegt. Das Auge kann «springen».

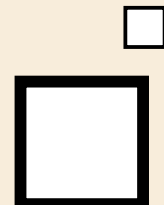
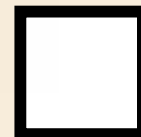


Durch «Undurchsichtigkeit» wird die Lage der Quadrate klar.

Die Form mit der kräftigeren Farbe scheint weiter vorn zu liegen.



Die Grösse der Figuren entscheidet darüber, ob sie als weit entfernt oder als nah empfunden werden.

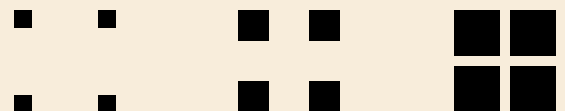


Unschärfes wird eher als entfernt empfunden, Schärfes als nah.

Kleine Figuren werden perspektivisch «hinten» gesehen, nicht «oben».



Karaffen oder Gläser, ist hier die Frage. Je nachdem, mit welcher Farbe die Ränder belegt sind, weist das Gehirn Vordergrund oder Hintergrund zu.



Vier Quadrate oder ein Kreuz? Auch hier bestimmen die Farben und Grössen der Randzonen über die Form im Vordergrund.

es so etwas wie ein objektives Empfinden gibt. Alle Menschen «sehen» mit den gleichen Organen, mit dem Auge-Hirn-System und dem Gleichgewichtssinn in den Ohren. Wir wissen in allen Lagen, wo oben und unten ist, was dunkel und hell bedeutet oder was eine warme Farbe ist. Wir wissen automatisch, was nah oder fern ist, deutlich oder schemenhaft, gross oder klein. Selbst Babys erkennen automatisch die Eltern, sie können durch ein Lächeln reflexartig Freude ausdrücken. Es gibt eine ganze Reihe von wichtigen Gesetzmässigkeiten, und wer sie leichtfertig missachtet, wird nicht erfolgreich sein.

Das Figur-Grund-Gesetz

Wir sind durch unser dreidimensionales Erkennen in der Lage, ein Objekt vor einem Hintergrund herauszulösen (Figur/Grund). Wie passiert das?

Es gibt Erkennungsmerkmale, die es dem Hirn erlauben, den Vordergrund vom Hintergrund zu trennen. Beim perspektivischen Sehen ist es natürlich, dass sich das gesamte Sehfeld immer bewegt: Je näher die Objekte den Augen stehen, desto mehr bewegen sie sich, bei jeder Kopfdrehung und jeder Körperbewegung. Die Relation zum unbeweglichen Hintergrund (z. B. Horizont) macht die Unterscheidung aus. Bei reproduzierten Motiven fehlt diese Orientierung, da wird Tiefe mit verschiedenen Mitteln suggeriert:

Kontrast: Ein grosser Kontrast zwischen der Figur und dem Hintergrund trennt: Farbkontrast, Helligkeitskontrast oder auch Formkontrast.

Grössenunterschied: Bei Figuren, die unterschiedlich gross dargestellt sind, verweist die Grösse auf Nähe. Menschen vorn sind grösser als Menschen, die hinten dargestellt sind.

Verblässende Farben: Der Dunst in der Luft lässt Farben in der Ferne verblässen. Knallige Farben erzeugen deshalb mehr Nähe und Realitätsbezug als vornehme Blässe. Dies gilt auch für die momentan hippe Art, Fotografie und Film auszubleichen.

Unschärfe: Bei offener Blende entsteht eine Herauslösung der Figur, die scharf abgebildet ist, währenddessen der Hintergrund in der Unschärfe verschwimmt. Die Unschärfe ist etwas Unnatürliches, die so eigentlich nicht existiert. Wir können nicht etwas fokussieren und bewusst unscharf sehen.

Abdeckung: Ein vorderes Objekt verdeckt ein unmittelbar dahinterliegendes. Auch wenn auf der flachen Abbildung die Tiefe fehlt, sagt uns die Erfahrung, was vorn und hinten ist. Die dreidimensionale Tiefe wird simuliert.

Perspektive: Das dreidimensionale Sehen ist immer auch ein perspektivi-

sches Sehen. Es existieren in der Theorie einige Perspektiven, die Fluchtpunktperspektive ist für uns hier interessant. Sie besagt, dass parallel laufende optische Kanten, wie sie bei Gebäuden vorkommen, zum Horizont hin zusammenlaufen. Die Perspektive wirkt überall in der Horizontalen wie in der Vertikalen.

Manche Fotografen stellen mit Tilt-Shift-Objektiven oder mittels Software Gebäude ins Lot, was einer Missachtung des natürlichen Sehens entspricht. Man kann nicht die vertikale Perspektive begradigen, ohne die horizontale ebenfalls zu korrigieren. Es käme niemandem in den Sinn, eine Strasse, die im Horizont zusammenläuft, zu begradigen.

In der nächsten Ausgabe dieser Serie der Gestaltungsgesetze wenden wir uns dem Gesetz der Einfachheit zu. Bleiben Sie dran. ←

Links: Perspektive und Farbkontrast erzeugen eine Tiefenwirkung mit Figur und Grund.



Rechts: Hier ist «Gewusel» festzustellen, die Figuren verschmelzen optisch ineinander. Das Bild wirkt weniger klar.



Links: Das Bild ist mit geschlossener Blende fotografiert, das umgebende Blattwerk ist relativ scharf. Die Blätter und Blütenblätter haben eine ähnliche Form. Die Figur ist nicht so deutlich.



Rechts: Der Hintergrund liegt vollkommen in der Unschärfe. Die Figur erscheint deutlicher.



Links: Die Figuren verschwimmen im Hintergrund und sind nur erschwert zu erkennen.



Rechts: Bei gleicher Umgebung heben sich die Figuren deutlicher vom Grund ab, sie sind schneller auszumachen.

