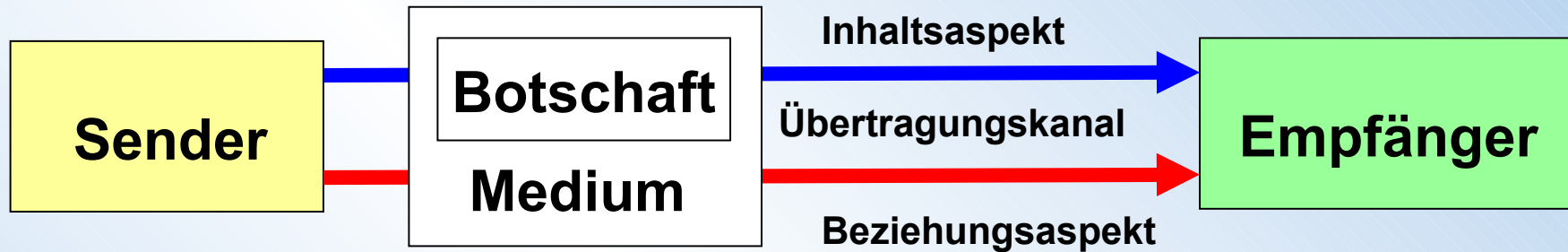


Design
Grundlagen

von
Julia Damerow und
Annette Kaudel

- **Kommunikation / Wahrnehmung**
- **Schrift / Typographie**
- **Bilder / Grafiken**
- **Bilder vs. Text**
- **Farben**
- **Literatur**



Modell der Kommunikation

Nonverbale Kommunikation im Web durch:

- Look and Feel / visuelle Ausgestaltung
(Bsp: tiffany.com, web-juwelier.de)
- Grafiken (darauf dargestellte Inhalte)
- Jargon (Sprachstil und Wortwahl)
- Anordnung der Information
- Hervorhebung von Information

Aufmerksamkeitssteuerung durch:

- Größe
- Position / Reihenfolge
- Kontrast / Helligkeit
- Farbe
- sprachliche Intensität
- Gegensätzlichkeit
- Ausnahmen / Ungewöhnliches

→ Bildschirmausschnitt

→ Eye-catcher

- mentale Aktivität erhöht die Erinnerungsfähigkeit



3 Phasen beim suchen von Information im Web:

- **scannen:** überfliegen nach markanten Informationen
- **skimmen:** relevanter Inhalt wird teilweise beachtet (Überschriften, Zusammenfassungen ...)
- **lesen:** Informationen werden vollständig beachtet und bearbeitet

„schwebende Aufmerksamkeit“

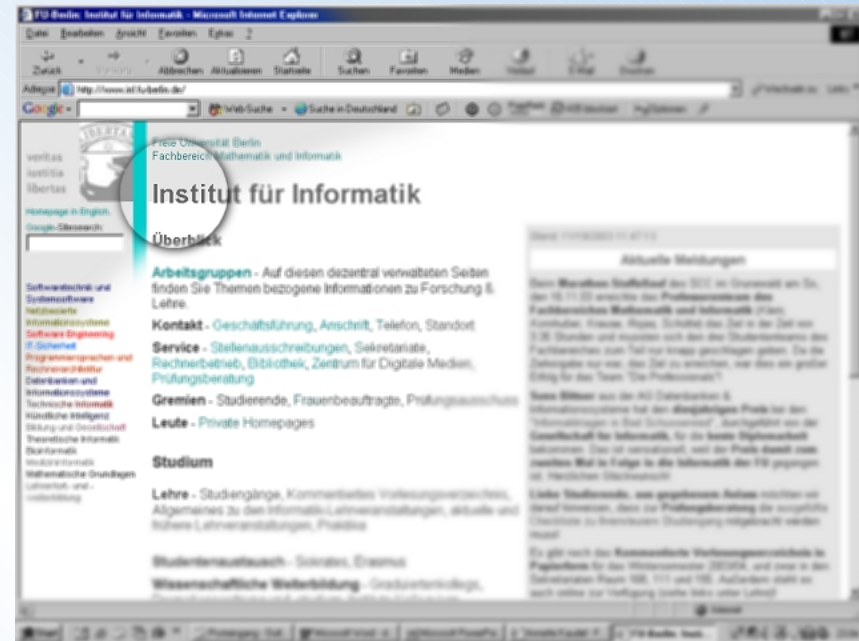
“zentrales” System

- Zone des schärfsten Sehens
- fokussiert Informationen
- Detailwahrnehmung
- Inhaltliche Analyse
- höchste Farbstärke

“peripheres” System

- Restbereich bis zum Rand des Gesichtsfeldes
- lenkt Aufmerksamkeit und Blickbewegungen
- “Alarmreflex” durch Wahrnehmung von Bewegung, Veränderung

Folge: Animationen lenken Aufmerksamkeit auf sich und/aber stören die aktuellen Denkvorgänge



Text auf dem Bildschirm im Vergleich zu gedrucktem Text

- Lesen ist anstrengender
- wird schlechter erinnert
- erscheint nicht so glaubwürdig

Schriftart:

- für Web möglichst klare Form ohne unnötige Schnörkel
- passend zum Inhalt (stimmig oder unstimmig)

Informatik

Informatik

Zukunft

Zukunft

Zunächst ein Titel

Dann 2 oder 3 Sätze als Anreißer („Teazer“)

Der Teazer soll den Leser anziehen, ihn dazu bringen den Text zu lesen. Er sollte also nicht zu kurz und nicht langweilig sein.

Online Texte stark strukturieren

durch

- Absätze
- Nummerierungen, Aufzählungen
- Hervorgehobene Textteile

Hier ist das Beispiel:

• **Bla bla, erster
Abschnitt, oh wie toll**

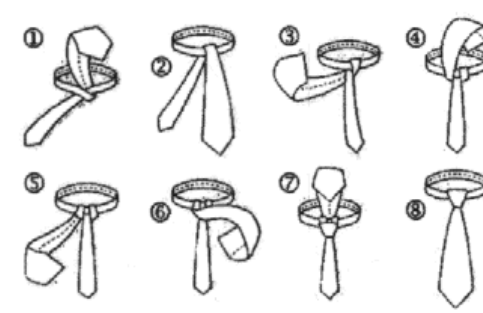
**Hier der zweite, er hebt
sich so ab.**

**Und nun der dritte, na
gut strukturiert?**

- Kurze, prägnante Sätze, die der Leser schnell versteht
- Keine Aufteilung auf mehrere Seiten; *pro neuer Seite verliert der Text ca. 50% der Leser*
- Trennlinien deuten das Ende an, daher als Teilung lieber Absätze verwenden

Vorteile:

- höhere Signalwirkung als Text \Rightarrow höhere Aufmerksamkeit
- hohe emotionale Wirkung \Rightarrow höhere Merkfähigkeit
- bessere Veranschaulichung komplexer räumlicher Sachverhalte
- bessere Darstellung zeitlicher Abläufe



Nachteile:

- nicht so präzise wie Textinformationen
besonders bei nicht gegenständlichen Dingen
z.B. Symbole für: nützlich, Vertrauen, ...



Ausnahmen:

- Warnschild: **“Lebensgefahr!”**
- einige Symbole wie z.B.
 - Flaggen
 - Verkehrsschilder
- zeitlicher Ablauf bei einem Kochrezept als Text verständlicher



⇒ **Bilder können Texte unterstützen**

Duale Kodierungstheorie

Unterscheidung zwischen:

- Bilder zur reinen Dekoration
- Bilder zur Beschreibung



Key Visuals (Schlüsselwörter):

- z.B. durch Beispielhafte Fotos oder
 - Farbton je Themenbereich
- ⇒ erhöht Wiedererkennungseffekt

Fotos:

- JPG
- PNG



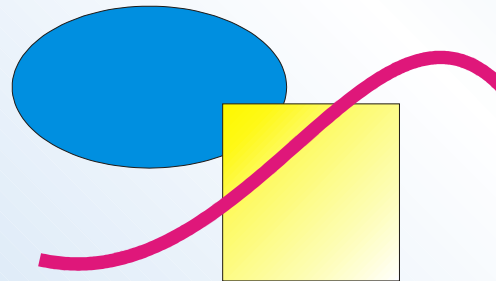
Grafiken / Icons:

- GIF
- PNG



Vektorgrafiken:

- SVG
- Flash



Bilder werden in der Regel schneller verstanden:

- Bild: Wahrnehmung → Verstehen
- Text: Wahrnehmung → Denkvorgang → Verstehen

funktionale Kongruenz:

- Darstellungsform der Information zur Aufgabe passend
- z.B. Routenplaner (Darstellung als Karte oder Liste)

Bildunterschriften:

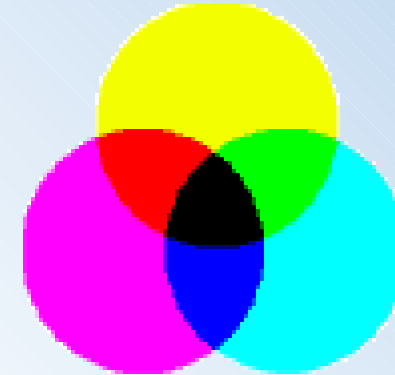
- können Kommunikation unterstützen





RGB

- Rot Grün Blau
- Bildschirmfarben



CMY (CMYK)

- Cyan Magenta Yellow
- Druckfarben

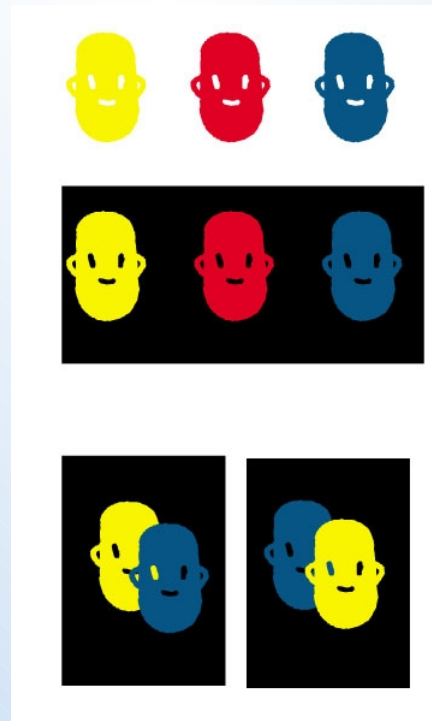
RGB Codierung in HTML:

- jeweils 256 Werte für Rot, Grün und Blau
- Angabe als Hexadezimalwert
- 8 Bit Farbtiefe = 16,7 Mio versch. Farben

000000	FF0000	00FFFF
808080	00FF00	FF00FF
FFFFFF	0000FF	FFFF00

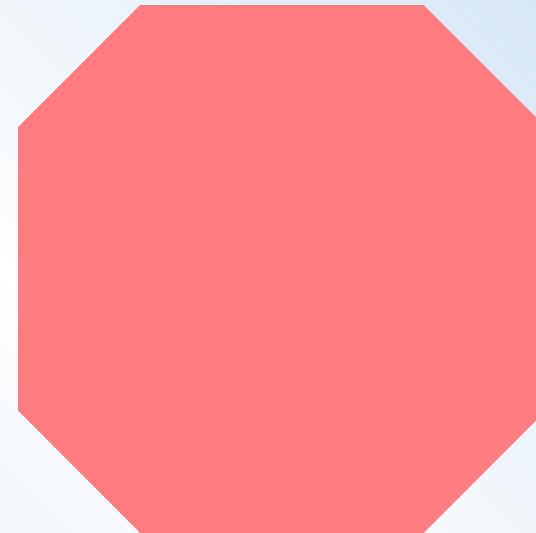
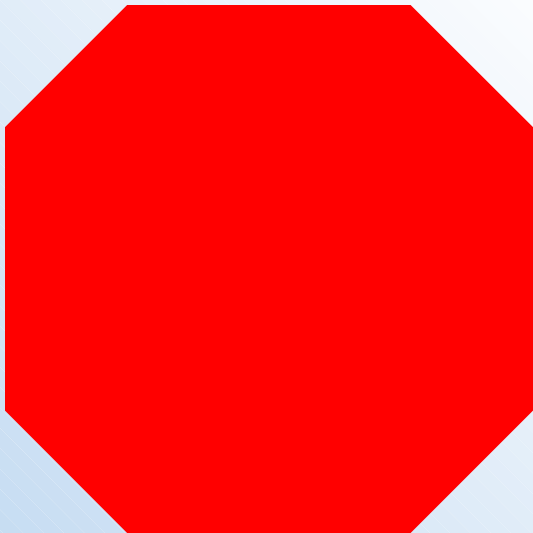
Arbeiten am Bildschirm strengt an

- größte Belastung durch volles, weißes Licht
- etwas weniger belastend warme Farben (gelb, orange, rot)
- am wenigsten kalte Farben (blau, violett)



Sättigung

Je gesättigter die Farben, desto anstrengender, daher sind Pastelltöne besonders beliebt.



Kontraste

- für ausgewogenes Design möglichst nur warme oder nur kalte Farben verwenden (warmes Rot, warmes Blau ... oder kaltes Rot, kaltes Blau ...)
- **Helligkeit-Kontrast** – helle Farben treten nach vorne, dunkle nach hinten


Treten nach vorne!



Das Auge ergänzt die Komplementärfarben, daher kann es so wirken, als ob die gleiche Farbe auf einem anderen Hintergrund eine andere wäre.



**Ich bin ein
Testtext.**



**Ich bin
ein
Testtext.**

Farben und ihr Umfeld (2)

Farben können je nach Umfeld anders wirken, z. B. gelb auf blau wirkt dunkel; auf dunkelbraun leuchtend; auf rotorange kräftig



einige Grundregeln im Umgang mit Farben:

- 1) bunt lenkt ab, besser nur 2 Grundfarben
- 2) Augenfreundlichkeit, große/Hintergrundflächen in augenfreundlichen Farben
- 3) gute Lesbarkeit durch hell/dunkel-Kontrast
- 4) Warme/helle Farben gezielt und wenig einsetzen (auf kleinen, kurzlebigen Flächen)
- 5) Farben und Wirkung bei unterschiedlichen Systemen und Monitoren testen

einige Grundregeln im Umgang mit Farben:

- 6) Schwarze Schrift auf Weiß ist deutlich. Bei gleicher Schriftart und –größe etc. wirkt weiße Schrift auf Schwarz fetter und enger.



hohe Aufmerksamkeit

Farbe

reine Farben

hohe Sättigung

warme Farben

Bunt

geringe Aufmerksamkeit

Graustufen

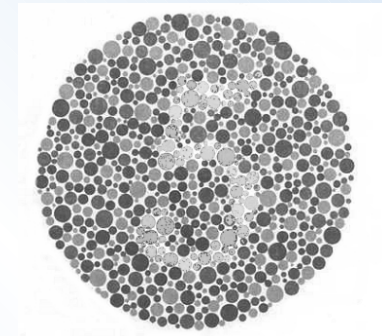
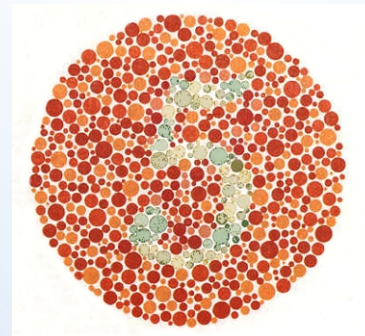
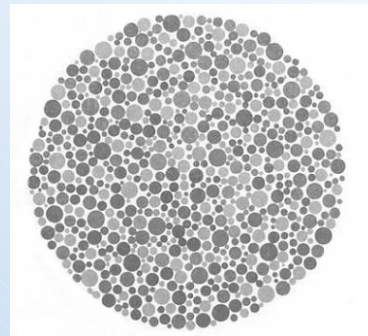
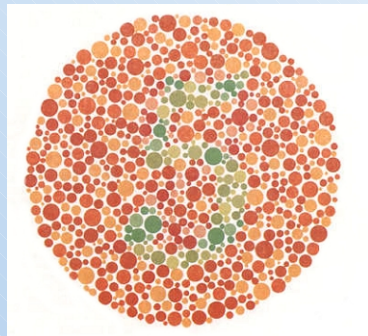
Mischfarben

geringe Sättigung

kalte Farben

Einfarbig

Webseiten sollten auch ohne Farben noch funktionieren ⇒ Kontrast



Kulturspezifische Farbcodes (Westeuropa):

rot	Wärme, Gefahr, aggressiv, Liebe
gelb	Vorsicht, sonnig, positiv
grün	Sicherheit, Frische
blau	Kälte, Männlichkeit
schwarz	Tod, Trauer, negativ
weiß	neutral, rein, sachlich

Links-Rechts Konflikt

linke Gehirnhälfte: verarbeitet die Farbinformation

rechte Gehirnhälfte: verarbeitet die Textinformation (und dominiert)

GELB **BLAU** **ORANGE**
SCHWARZ **ROT** **GRÜN**
VIOLETT **GELB** **ROT**
ORANGE **GRÜN** **SCHWARZ**
BLAU **ROT** **VOILETT**
GRÜN **BLAU** **ORANGE**

- **Missing Links - Über gutes Webdesign**; Thomas Wirth;
2002; Carl Hanser Verlag; ISBN: 3-446-22009-7
- **Mind Design Grundlagen**
<http://www.kca.ch/management-art/mind-design/grundlagen.htm>
- **Farbentheorie und Farbgestaltung**
<http://www.darmstadt.gmd.de/~crueger/farbe/>
- **Tutorial: Farben im Webdesign**
<http://www.metacolor.de/>
- **Creating Killer Websites**
<http://www.killersites.com/>
- **Dr. Web**
<http://www.ideenreich.com/webdesign/index.shtml>
- **Farben in der Bildnerischen Erziehung**
<http://home.eduhi.at/cometo/schaberl/farbe/start.htm>