

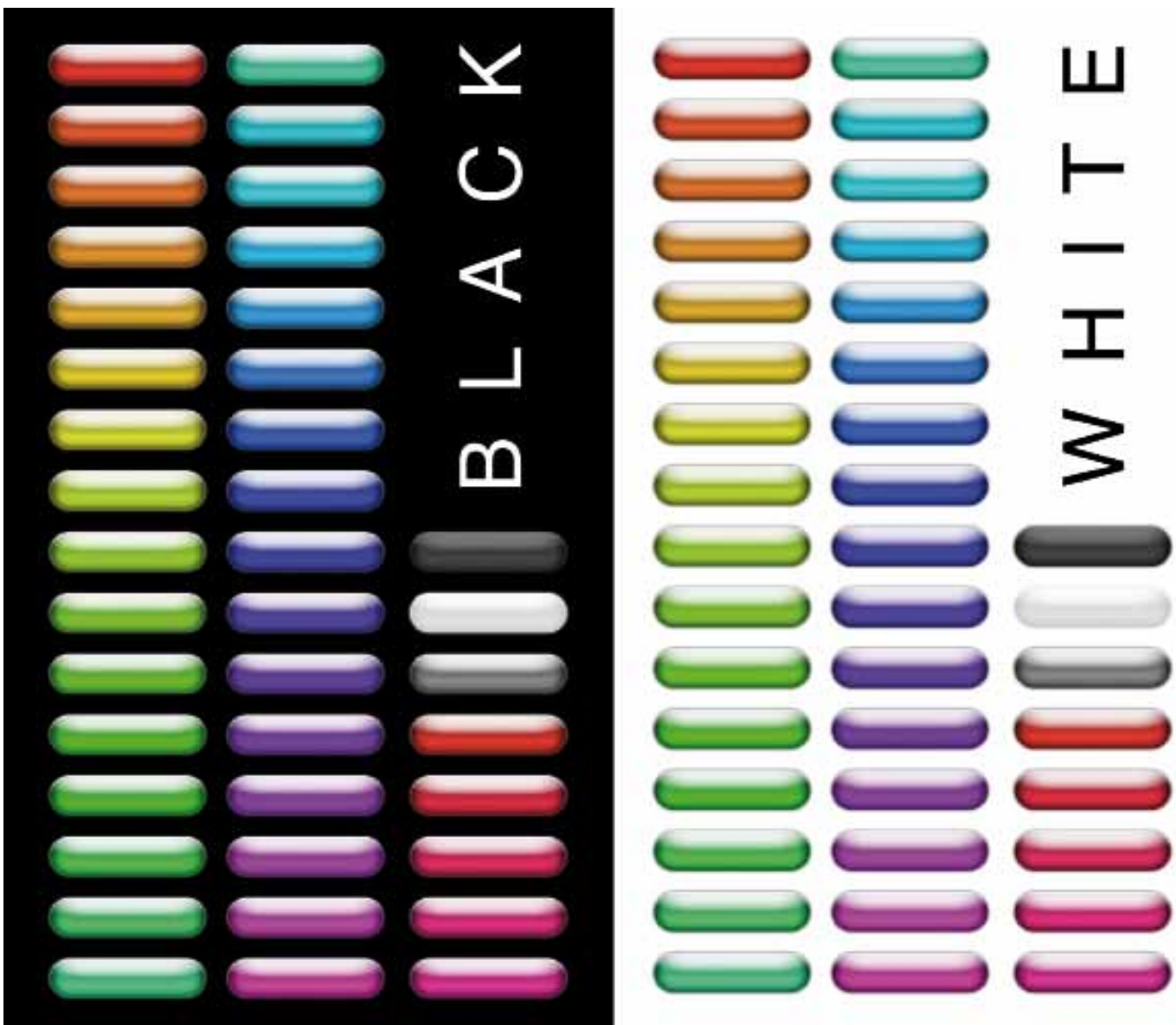
PLATZ MACHEN!

**HABEN SIE SICH SCHON EINMAL WIE TEXT GEFÜHLT?
GESTRESST VOM EWIGEN UND IMMER WIEDER-
KEHRENDEN WETTSTREIT UM RAUM UND EIN
WENIG PLATZ?**

von Ute Jansing

Ich bin ein Text – bestehend aus Buchstaben und Leerzeichen und ich brauche Platz. Das ist normalerweise kein Problem für mich, aber wenn ein Bild ins Spiel kommt, dann kann es eng werden. Wo soll ich hin? Wie groß darf ich sein? Muss ich mich von einigen meiner Buchstaben trennen oder vielleicht sogar weiter ausdehnen? Welche Farben soll ich annehmen? Wie können wir zusammen eine gelungene Komposition ergeben?

Button Serie „Foto: phecsone / Pitopia



Haben Sie sich schon einmal wie Text gefühlt?

Ganz sicher nicht! Aber ähnliche Fragestellungen werden Sie schon des öfteren beschäftigt haben bei Ihren Projekten, wenn über die Gewichtung von Text und Bild, die Bildgestaltung, entschieden werden musste.

Wir sind von Kindesbeinen an darin geübt, die Gesichtsausdrücke unserer Mitmenschen zu interpretieren. Unwillkürlich tun wir das auch bei Bildern.

Der Hauptakteur

Entscheidend kann auch sein, was zuerst da ist: der Text oder das Bild? Su-



Große Kollektion verschiedener Werkzeuge – komplett freigestellt, Foto: Ingpics / Pitopia

Aufmerksamkeit teilen

Die Aufmerksamkeit – die Fokussierung der Wahrnehmung auf bestimmte Elemente - muss zugeteilt werden. Aufgrund der Gehirnleistung und dem Aufbau des menschlichen Auges werden verschiedene Teile einer Gesamtkomposition unterschiedlich stark wahrgenommen und beachtet.

Krasse oder unrealistische Darstellungen fallen besonders stark ins Auge, da sie das eher Ungewohnte und Neue, das potenziell Interessante, zeigen. Zuwendung bekommt auch derjenige Bildteil, der sich deutlich von den anderen abhebt. Zum Beispiel finden grelle, unnatürliche Farben im Bildbereich oder beim Text eine höhere Aufmerksamkeit.

Als weitere Regel gilt: Besondere Beachtung erhalten Bildelemente, die den Betrachter emotional stark ansprechen, zu denen er eine besondere emotionale Beziehung mitbringt. Es mag trivial erscheinen, aber es hat sich tausendfach bewährt: Für uns Menschen sind das eben Darstellungen anderer Menschen und – lassen wir die erotischen Reize außer Acht - besonders die Gesichter.

che ich ein Bild passend zu einem bestehenden Text - oder habe ich ein Bild und möchte dazu einen passenden Text hinzufügen. Steht das Bildmotiv bei der Planung im Vordergrund sollte der Text natürlich die zweite Geige spielen.

Das Motiv „Button Serie“ etwa besticht durch ein ausgewogenes Verhältnis von Text und Bild. Und das, obwohl nur wenig Text enthalten ist. Allein durch die Größe des Textes und dem Kontrast in schwarz-weiß gelingt es den beiden Wörtern „Black“ und „White“ sich gegenüber der bunten Vielfalt und Menge der Bildelemente zu behaupten.

Der Text muss sich aber immer darüber im Klaren sein, dass er es neben einem tollen Bild schwer hat. In einem Bild kann sehr viel Information stecken und der Betrachter kann aufgrund seiner Erfahrung in Sekundenschnelle einen großen Teil der Informationen erfassen. Ein Text benötigt dazu eventuell viele Zeichen und Zeilen - und nicht immer hat der Betrachter einer Bildkomposition die Lust – oder die Zeit - viel zu lesen. In vielen Fällen fehlt auch schlichtweg der Platz für umfangreiche Texte.

Ute Jansing

Nach mehr als 10 Jahren Erfahrung in der Werbebranche gründet Ute Jansing die Bildagentur Pitopia, Karlsruhe www.pitopia.de. Die Geschäftsführerin verantwortet die Bereiche Marketing, Vertrieb und Unternehmenskommunikation sowie die Redaktion.



Rotes Streifendiagramm, Foto: Jörg Hausmann / Pitopia



Text dagegen ist im Vorteil, wenn es um lange, komplexe Geschichten geht. Auch dann, wenn ein Bild bereits neugierig macht und eine tiefere Erklärung erfordert, kann ein eigentlich im Hintergrund stehender Text seine Stärken zur Geltung bringen.

Wettstreit um Platz

Haben Sie sich schon einmal Gedanken gemacht, wie oft der tägliche Wettstreit um Platz zwischen den Kontrahenten Text und Bild ausgefochten wird? Eigentlich andauernd. Oder können Sie sich ein Leben ohne Bild oder Text auf Titelseiten von Magazinen, Cover oder Büchern vorstellen?

Ein Film ohne Titel oder Abspann oder das Einblenden eines Logos bzw. der Senderangabe wäre schon merkwürdig. Bedruckte Produktverpackungen und Produkte ohne eines von beiden? Oftmals ist der Inhalt viel schneller zu überblicken, wenn ein Bild den Inhalt verdeutlicht. Aber viele von Ihnen sind im Gegenzug auch froh, dass auch Erklärungen in Form von Textbausteinen zu finden sind.

Die Vielfältigkeit

Broschüren, Flyer, Poster, Postkarten, Websites, Speisekarten, Anzeigen, sie alle sehen einfach besser aus, wenn sie illustriert sind. Dabei sind die Möglichkeiten der Bebilderung so vielfältig, dass die Auswahl für die Gestalter gigantisch ist. Ein Bild kann vollflächig im Hintergrund stehen. Ein Motiv kann freigestellt in der Bildkomposition schweben. Über einen Verlauf kann ein besonderer Effekt erzielt werden. Der Text oder das Bild kann je-

weils oben, unten, links oder rechts oder mittig platziert werden. Das Flächenverhältnis Text zu Bild kann von wenigen Prozenten Unterschied zu extrem differenzierend sein. Die Komposition der beiden Elemente kann neutral, harmonisch oder konträr gestaltet werden. Hell und dunkel können eine zentrale Rolle spielen. Auf dunklen Bildern läßt es sich wunderbar mit hellem Text arbeiten und umgekehrt.

Bei der Suche nach der passenden Ergänzung für ein Bild oder einen Text muss also immer zuerst auch die Antwort auf die Anfangsfrage gefunden werden. „Soll Text motivieren, das Bild anzuschauen, oder soll das Bild auf den Text verweisen?“ Erst dann ist das Ziel, eine gute Bildkomposition erstellen zu können, erreichbar.

Nun seien einige Beispiele für Bildgestaltungen genannt, die entweder so „normal“ sind, dass sie einem kaum auffallen oder so ungewöhnlich, dass sie unbedingt gezeigt werden müssen.

Einfache Bildgestaltung

Bei manchen Motiven (z. B. beim Bild „Rotes Streifendiagramm“) ist das Verteilen des Textes ziemlich simpel. Es werden Zahlen, Daten, wenige Worte und manchmal Symbole ergänzt - und schon ist die Bildgestaltung komplett. Der Betrachter erkennt über das Bild sofort, um was es im Grundsatz geht und erhält über die Textelemente genauere Informationen.

Ungewöhnliche Bildgestaltung

Wer käme schon auf die Idee beim Bild „Große Werkzeug-Kollektion“ (siehe vor-

hergehende Seite) nach Textfreiraum zu suchen? Dabei ließe sich hier wunderbar eine ganze Geschichte erzählen. Die Sätze könnten sich um die Werkzeuge herumschlingeln. Beim Einsatz in einem Magazin oder Flyer beispielsweise wäre der Betrachter dann dazu animiert, das Heft in die Hand zu nehmen und beim Lesen zu bewegen.

„Sprechende“ Bildgestaltung

Eine sehr schöne Variante der Bildgestaltung, um Gedanken von Menschen nach Außen zu kehren und darzustellen. Da das Hinzufügen von Ton nicht möglich ist, muss der Gedanke als Text (über eine Sprechblase etwa) ergänzt werden. Das Motiv der hier gewählten Aufnahme selbst – siehe Bild unten – drückt schon das Denken aus.

Die Provokation und Dankeschön

Abschließend möchte ich mich als „Text“ nochmals einmischen und den Gedanken ins Spiel bringen, mir ein Leben ohne Bilder vorzustellen: Nur Text? Kein Bild? (Oder gar umgekehrt?) Wie sähe es dann aus? Deutlich weniger ansprechend! Und es gäbe viel weniger Führung durch den Dschungel von Eindrücken und Informationen.

Bei diesem absurden Gedankengang kommt Dankbarkeit auf: Einen Dank an all diejenigen, die immer wieder und aufs Neue den Wettstreit zwischen mir, dem Text, und den Bildern um Platz und Raum in einer Bildgestaltung (mit) ausfechten. Denn es braucht uns beide.

Frau denkt nach, Foto: Mauricio Jordan de Souza Coelho / Pitopia

