

VISUELLE KOMMUNIKATION

Keine Bilder?

Man hätte ja meinen können, dass es in einem PDF mit diesem Titel es von Bildern nur so wimmelt - aber nur Worte.

Was ist eigentlich Visuelle Kommunikation?

Während meines Studiums wurde dieser Begriff eingeführt, zu Beginn hieß der Ausbildungsgang noch Grafik-Design. Also nur eine aufgeblasene Worthülse? Natürlich ging und geht es bei solchen Wort-Schöpfungen immer auch darum, mit einem neuen Namen, den Eindruck zu erzeugen, dass es sich um etwas durch und durch Neues und Bedeutendes handelt, das alles Bisherige in den Schatten stellt. Das tut man am eindrucksvollsten mit einem Begriff, den erst mal keiner versteht - gerade im Werbe- und Marketingbereich ein beliebtes Mittel.

Aber mit der Zeit habe ich mich mit diesem Begriff angefreundet. Er erklärt exakt, was ein Grafiker in Sinne seines Auftraggebers zu tun hat. Er kommuniziert auf der visuellen Ebene mit dem, den man ansprechen will, sei es der Abnehmer einer Dienstleistung, einer Ware oder einer Information.

Was sich aus diesem Bild folgt: Die Sprache, die man benutzt - Sprache im weitesten Sinne - muss die Sprache des Angesprochenen sein oder doch zu mindest von ihm gut verstanden werden.

Das ist ja eigentlich eine Selbstverständlichkeit, dieses Ziel wird aber aus verschiedenen Gründen sowohl vom Designer als auch von dessen Auftraggeber immer wieder aus den Augen verloren. Dem Designer ist oft genug sein Hang zur ästhetischen Lösung oder auch sein Drang zur künstlerischen Entfaltung im Weg, dem Auftraggeber nicht zuletzt sein „guter Geschmack“.

Nichts gegen guten Geschmack - auch ich gestalte natürlich lieber in einer Art, die ich „schön“ finde. Für die Zielsetzung einer grafischen Arbeit ist aber ein anderer Punkt entscheidend: der Erfolg. Und der misst sich nicht an ästhetischen Kriterien sondern daran, ob und in welchem Umfang ich den Anzusprechenden erreicht habe bzw. in einem gewünschten Sinne beeinflussen konnte.