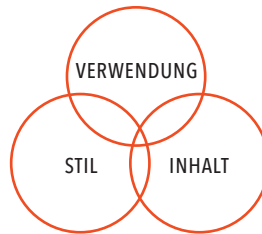


Was ist ein Symbol? Für mich kann das wirklich alles sein: eine Farbe, ein Bildzeichen, ein Emoji, ein Button, ein Logo, ein Isotopzeichen oder ein Wegeanzeiger – alles, was eine Idee oder ein Bild repräsentiert. Symbole liefern Informationen und Anweisungen, sie können alles tun, was man ihnen sagt (oder umgekehrt). Symbole helfen beim Auffinden der Toiletten, beim Identifizieren von Marken oder als Reiseführer. Dieses Buch entschleiern die Geheimnisse und Magie von Symbolen anhand von Gestalt und Funktion, Kunst und Wissenschaft und versucht die verbleibenden Lücken zu schließen für die Zukunft der gekürzten verschlüsselten Kommunikation.



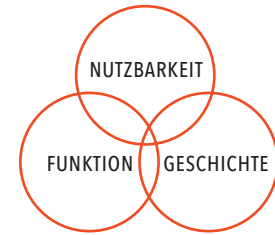
In den letzten Jahren ist die ausführliche Kommunikation einer Kurzversion gewichen. Worte verlieren ihre Macht gegenüber nützlichen Kürzeln wie Symbolen oder Emojis. Man stelle sich eine Sprache der Zukunft vor, die weder Portugiesisch, Englisch oder Spanisch ist, eine ausschließlich in Symbolen kommunizierte Sprache.



Stil, Verwendung, Inhalt

Stil und Inhalt müssen sich nach dem Verwendungszweck richten, damit ein Symbol effektiv seine Botschaft vermitteln kann.

Für mich funktioniert die Ikonografie ähnlich wie die Buchstaben der Schrift Sans Serif: Symbole drücken einen Inhalt schnell aus, dieser ist auf das Nötigste beschränkt und wird überall verstanden. Sie sind nicht verwirrend. Sie stellen auch eine Art Unterhaltung dar. Die seit Kurzem beim Schreiben verwendeten Emojis sind Kürzel für ein breites Spektrum an Gefühlen und allgemeinen Stimmungen. Sogar unsere schriftlichen Abkürzungen - LOL, OMG, LMAO - werden langsam durch Symbole abgelöst, denn niemand hat die Zeit zu tippen.



Nutzbarkeit, Funktion, Geschichte

Die Geschichte bildet die Grundlage für Nutzbarkeit und Funktion. Bedeutungen entwickeln sich im Lauf der Zeit und können die Wahrnehmung und Funktion eines Symbols verändern, wenn dieses sich selbst nicht weiterentwickelt.

Symbole sind wie Kunst, das, was Du damit erreichst. Neben dem kreativen Prozess beim Erstellen von Symbolen werden wir ebenso neue Gebrauchs- und Anwendungsarten in Betracht ziehen - Animationen, Skulpturen, Beschilderungen, Kunst - und wie jede dieser Disziplinen uns dabei beeinflusst, um sie und uns selbst besser zu verstehen.



Wir werden die Kunst der Gesprächsführung und Kompromissfähigkeit diskutieren sowie auch die Frustrationen des Künstlers in einer oft übersehenen Kunstform. Normalerweise befassen sich Menschen erst mit Symbolen, wenn diese nicht mehr funktionieren. Dann sind sie hilflos, und frustriert. Orientierungssymbole funktionieren am besten, wenn sie sich nahtlos in die Landschaft einfügen und den Nutzer darüber informieren, wohin er zu gehen hat und was zu tun ist. Die Botschaft ist einfach und wird in jeder Sprache verstanden.

„Die Menschen ignorieren die Kunst der Symbole so lange, bis sie frustriert und verwirrt sind.“

Storytelling ist Teil der Freude, die man beim Erschaffen von Symbolen empfindet, und dabei ein Publikum – durch Verführung, Trickserei – in etwas hineinzuziehen, was abseits des Bekannten liegt. Genau dies machen die großen Marken und deshalb entwickeln wir eine Beziehung zu ihnen und werden deren treue Anhänger.

Marken können sich nicht verbinden oder trennen, wenn sie selbst nicht unterschiedlich sind, und oft sorgt ein einfaches Symbol dafür, dass es so ist. Denken Sie an all die Marken, die Sie täglich sehen und deren herausragendes Merkmal das Firmenlogo ist. Denken Sie an das Rote Kreuz, Apple, NBC, Girl Scouts, Playboy und Starbucks. In diesem Buch sehen wir uns mehrere Marken und die Symbole an, an denen ich gearbeitet habe. Mein tiefes Interesse an der Kunst der Symbole begann schon früh am College. Ich war mit der Aufgabe betraut, ein Poster zu entwerfen, das Theaterbesucher dazu animieren sollte, für die jährlichen Schulaufführungen eine Dauerkarte zu erwerben. Das Theater hatte dafür nie einen professionellen Designer engagiert. Die Maße des Werbematerials betragen 21, 5 x 28 cm – ein in der Mitte geteiltes Blatt Papier mit den Daten der Aufführungen und einem auszufüllenden Formular.

Gegen Ende des Schuljahrs war mein kleines faltbares Poster (eine Mischung aus Broschüre und Briefwerbematerial) viermal nachgedruckt worden und das Theater hatte anstatt bisher 40 % verkauften Karten nun ein volles Haus. Aber das war noch nicht alles. Eines Tages aß ich in einem örtlichen Lokal einen Hamburger, als eine der Bedienungen sich meinem Tisch näherte und fragte: „Sind Sie der Designer des bunten Posters mit all den Symbolen?“ Ich war völlig überrascht. „Ja“, antwortete ich. Sie fuhr fort: „Ich möchte Ihnen sagen wie viel mir Ihr Poster bedeutet. Meine Eltern haben mich vor ausverkauftem Haus spielen sehen und ich denke, ich werde bald nach New York gehen.“ Ich wusste nicht, was ich sagen sollte, aber sie nahm meine Hand, kam näher und ein leichtes Lächeln überdeckte ihren tränenvollen Blick: „Sie haben mein Leben verändert. Danke.“

90 % der auf diesen Seiten gezeigten Arbeiten sind kompletter Schwindel – nebenher gezeichnet während echter Auftragsarbeit. Manche davon sind Neuentwürfe experimenteller Arbeit, stellenweise in Optimismus gekleidete Narreteien. In den 25 Jahren, in denen ich mich mit der Erstellung von Symbolen befasste, habe ich alle Höhen und Tiefen dieser Arbeit kennengelernt. Würde ich Ihnen erzählen wie alles wirklich zuging, würden Sie nie eine Kunstschule besuchen.



„Symbole der interaktiven Welt sollten so einfach sein, dass sie für den Benutzer unsichtbar bleiben.“

Interaktivität

- 16 *New York Times*
App-Symbole
für das iPhone
- 20 iTunes
- 24 Yahoo!
- 26 AT&T
- 28 Amplify

In der interaktiven Welt basieren die meisten Lösungen von Problemen auf einem festgelegten Bestand: Man verwendet bereits bekannte Symbole – etwa den Einkaufswagen oder das Dollarzeichen für eine Einkaufsaktivität. Auf internationaler Ebene ist das Dollarzeichen allerdings ungünstig. Beim Erschaffen eines Symbols sind dermaßen viele Faktoren zu berücksichtigen, dass man oft ein ganzes Team von Designern und Testpersonen benötigt, um sicherzustellen, ob die gewählte visuelle Umsetzung dem beabsichtigten Zweck entspricht. Menschen in Eile verlassen sich auf die Informationssymbole, weshalb diese so einfach (oft schwarz-weiß) und leicht zu begreifen sein sollten, dass nicht der geringste Zweifel über ihre Bedeutung besteht. Andernfalls erfüllen sie nicht ihren Zweck. Aus ästhetischen Gründen vorsätzlich „überzeichnete“ oder „lustige“ Symbole werden langfristig gesehen aus der Mode kommen. Interaktive Symbole sollen den Nutzer in möglichst kurzer Zeit nur von Punkt A zu Punkt B leiten, ohne dass er darüber nachdenken muss, was er da gerade betrachtet.



New York Times: App-Symbole für das iPhone

Die Erkundung neuer Gebiete mit einem klugen System an Symbolen für die führende Nachrichteninstitution.

KUNDE

New York Times

ART DIRECTORS

Carolyn Tutino

Khoi Vinh

Kurz nachdem 2007 das erste iPhone auf den Markt kam, beauftragten mich die Art Directors der *New York Times*, Khoi Vinh und Carolyn Tutino, mit dem Design von Symbolen für jede einzelne Rubrik der Zeitung für die neue *New York Times*-App. Diese stellte eine der ersten redaktionell verwendeten Apps dar und war daher für mich unbekanntes Gebiet. Die Aufgabe dieser Symbole war, mehr noch als bei allen anderen in diesem Buch, unaufdringlich und so gut wie unbemerkt zu bleiben. Der daraus resultierende Effekt besteht darin, die Symbole als Information wahrzunehmen und nicht als Kunstwerk. Sie dienen dazu, jemanden irgendwohin zu leiten, und das so schnell als möglich. Im Folgenden einige Regeln, die das Projekt zu erfüllen hatte

- Ein Symbol pro Kategorie
- Kein Farbverlauf (außer für das Times Magazine)
- Einfach und für alle (Sprachen) verständlich
- Gleichmäßige Verteilung von herausragenden Formen (Vierecke zu Kreisen zu Dreiecken)
- Schnell zu lesen

Was für mich faszinierend ist, sogar eine Offenbarung gewissermaßen, wie die Allgemeinheit bestimmte Symbole annimmt und andere verwirft. Nehmen wir z. B. das Tulpensymbol:



Vor 13 Jahren, vor der Einführung des iPhone, war dieses Symbol häufig bei Canon-Kameras und anderen Geräten zu finden. Es bedeutete so viel wie „Bild“ oder genauer „Bild von lebendigen Wesen“. Für die Abteilung „Nachrufe“ schuf ich ein Grabsteinsymbol, doch niemand will an seinen toten Onkel Harry erinnert werden – es war zu morbide. Ironischerweise entschied man sich dann für das Tulpensymbol. Dies ist so verwirrend, wie wenn ein Totenkopf nicht den Tod symbolisieren darf. Die Menschen können die Wahrheit nicht verkraften. Menschen sterben nun einmal. Und meistens, besonders in fremden Ländern, geht man dann nicht hin, um Tulpen zu kaufen. Dort wird der Leichnam eingeäschert.

Kunst



Autoa



Buchbesprechungen



Wirtschaft



Lokales



Mode



Gesundheit



Haus & Garten



Jobs



Häufigste E-Mails



Region New York



Nachrufe



Leserbriefe



Politik



Immobilienmarkt



Wissenschaft



Sport



Reise



USA

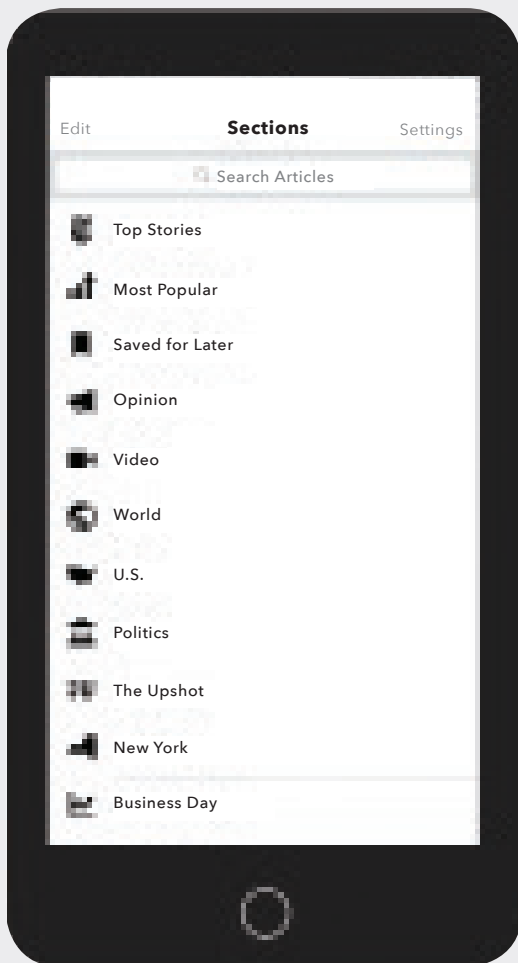


Hochzeiten und Jubiläen

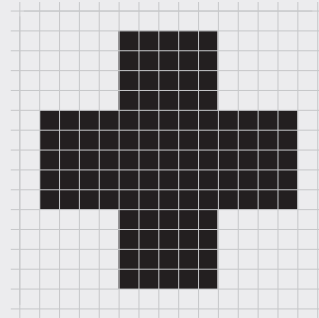


Wochenüberblick



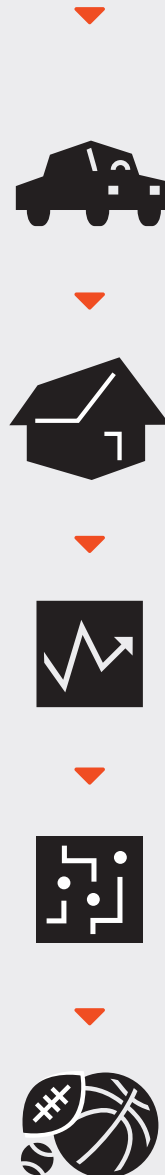


App der New York Times



32 Pixel

Wenn das Design in Schwarz-Weiß zusammen mit 32 Pixeln Auflösung nicht funktioniert, haben Sie Pech gehabt.



Perspektivisch gegen flach

Bei den ersten Design-Versuchen hatten wir einige der Symbole leicht perspektivisch gestaltet, doch diese wurden zugunsten der Einheitlichkeit abgeflacht.

Strichstärke

Bei der gesamten Reihe wurde eine weitgehend einheitliche Strichstärke verwendet.

Vollständiges Set, erste Fassung



Revidiertes Set



Entwicklung eines Systems

Wie Sie sehen können, haben sich einige der Symbole kaum verändert, während andere im Lauf der Zeit vollständig umgewandelt wurden. Die meisten Veränderungen waren zum Besseren hin – sie sind einfacher gestaltet und viel leichter kognitiv umzusetzen.

Die Symbolisierung von Sport ist schwer umzusetzen und da man so viele unterschiedliche Sportarten abzudecken hat, war die Erstellung dieses Symbols auch am schwierigsten. Ich machte anfangs einige unterschiedliche Vorschläge und man einigte sich schließlich im ersten Durchlauf auf ein Schiedsrichterhemd. Dieses wurde später durch einen einfachen Ball ersetzt. Ich glaube, dass die Leute mit der Zeit auf die Idee kommen würden, das Symbol als Tennisball anzusehen. Daher verdünnte ich die Linien, sodass es mehr einem einfachen Ball gleicht. Ich wusste, dass alle Symbole blockartig und massiv aussehen mussten. Ich nahm daher unterschiedliche Formen und setzte sie zusammen. Ebenso machte ich es mit dem Haus und dem Auto. Wir zeichneten sie von Anfang an sehr klein, um zu sehen, wie sie auf dem Display eines Telefons wirken würden. Dies war noch nie gemacht worden und so lernten wir während unserer Arbeit. Im Lauf der Zeit wurden die Symbole verändert und dabei verbessert. Man möchte doch nicht durch eine neue visuelle Ausdrucksweise verwirrt oder lange eingeführt werden. Veränderungen vollziehen sich langsam und dieses System verbesserte sich langsam im Lauf der Zeit. Über die Jahre habe ich einige der Symbole modernisiert und verändert. Dazu gehört auch das hier gezeigte jüngste Set.

iTunes

Noten in Kreise integrieren

KUNDE

Apple

ART DIRECTOR

Jeff Zwerner

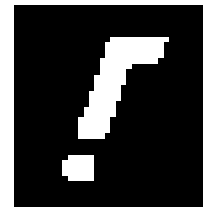
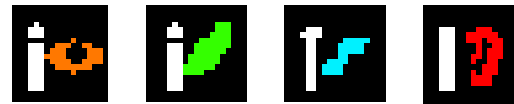
Jedermann erkennt das iTunes-Symbol – in seiner Einfachheit ist es brilliant. Und nein, ich habe es nicht geschaffen, obwohl ich es versucht hatte. 2004 wurde ich mit einem Update beauftragt, doch alle meine Ideen scheiterten. Ich habe zu sehr versucht, etwas anderes zu schaffen und schließlich entschied man sich für ein nichtfirmeneigenes Zeichen – eine Musiknote in einem Kreis. Man will damit nichts verkaufen oder bewerben und deshalb funktioniert es. In diesem Zusammenhang ist die beste und effektivste Information eine, die nicht bemerkt wird. Sie besteht darin zu zeigen, wo sich die Musik befindet. Ich habe schwer versagt – die Blogger behielten recht.

Geschichte des iTunes-Notensymbols

iTunes v4 2003

iTunes v7 2007

iTunes v11 2011



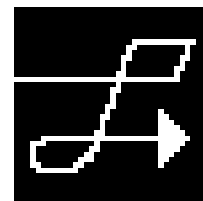
Joel

„Schande! Wie zum Teufel kam dieser Kerl dazu, Steve etwas so Schreckliches zu präsentieren? Der Mann hat keine Ahnung von Design.“



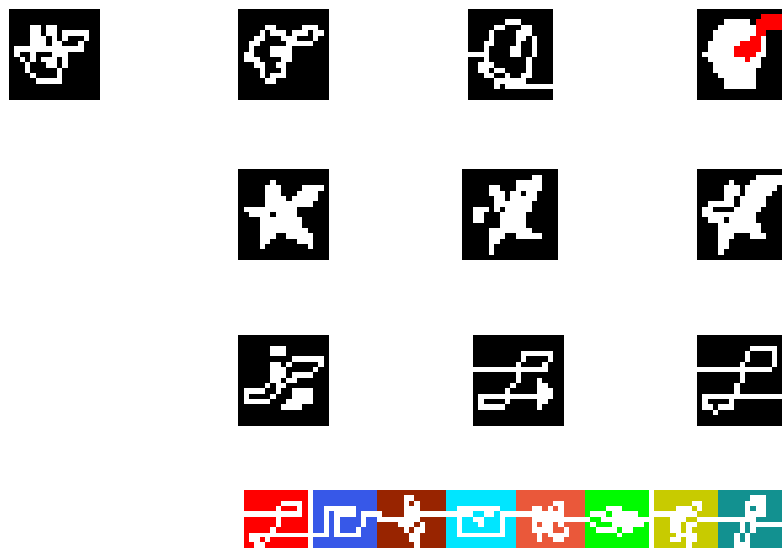
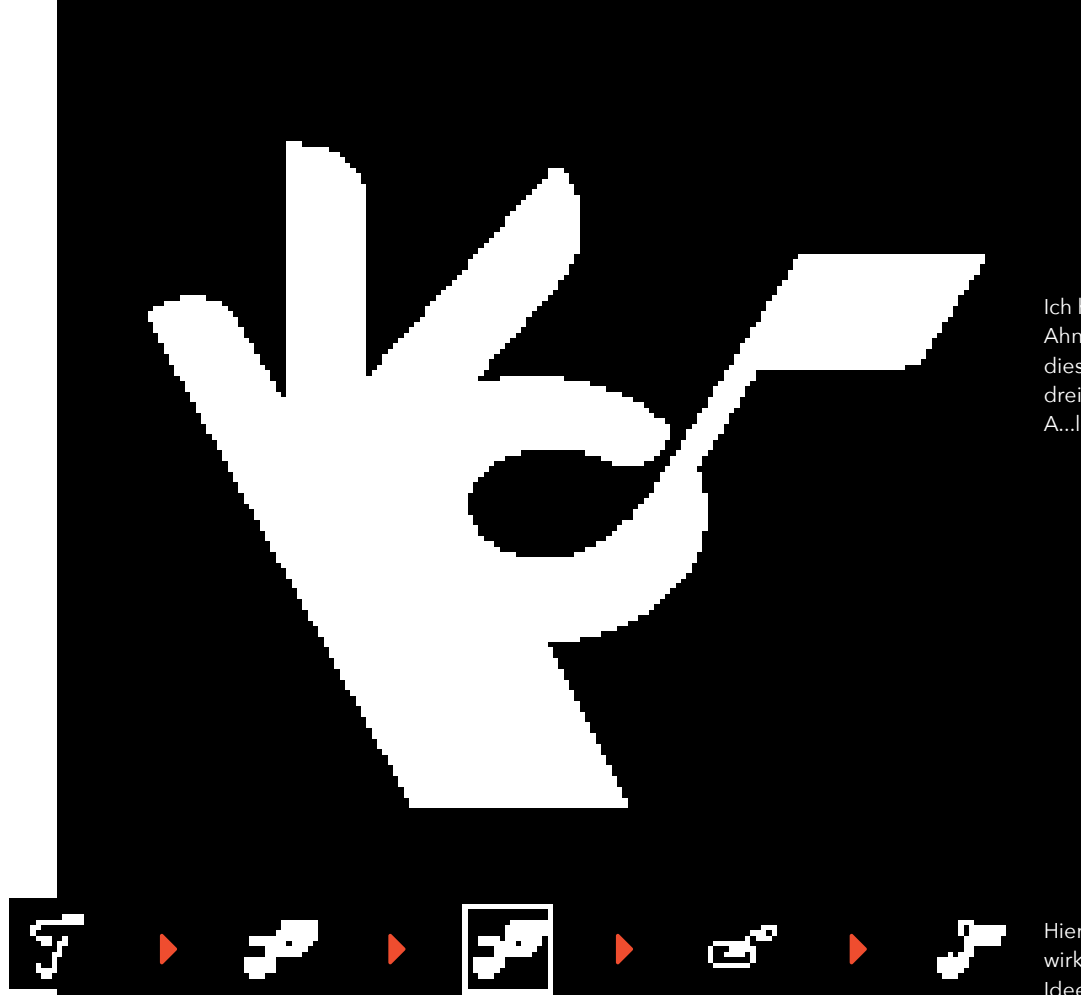
Aaron

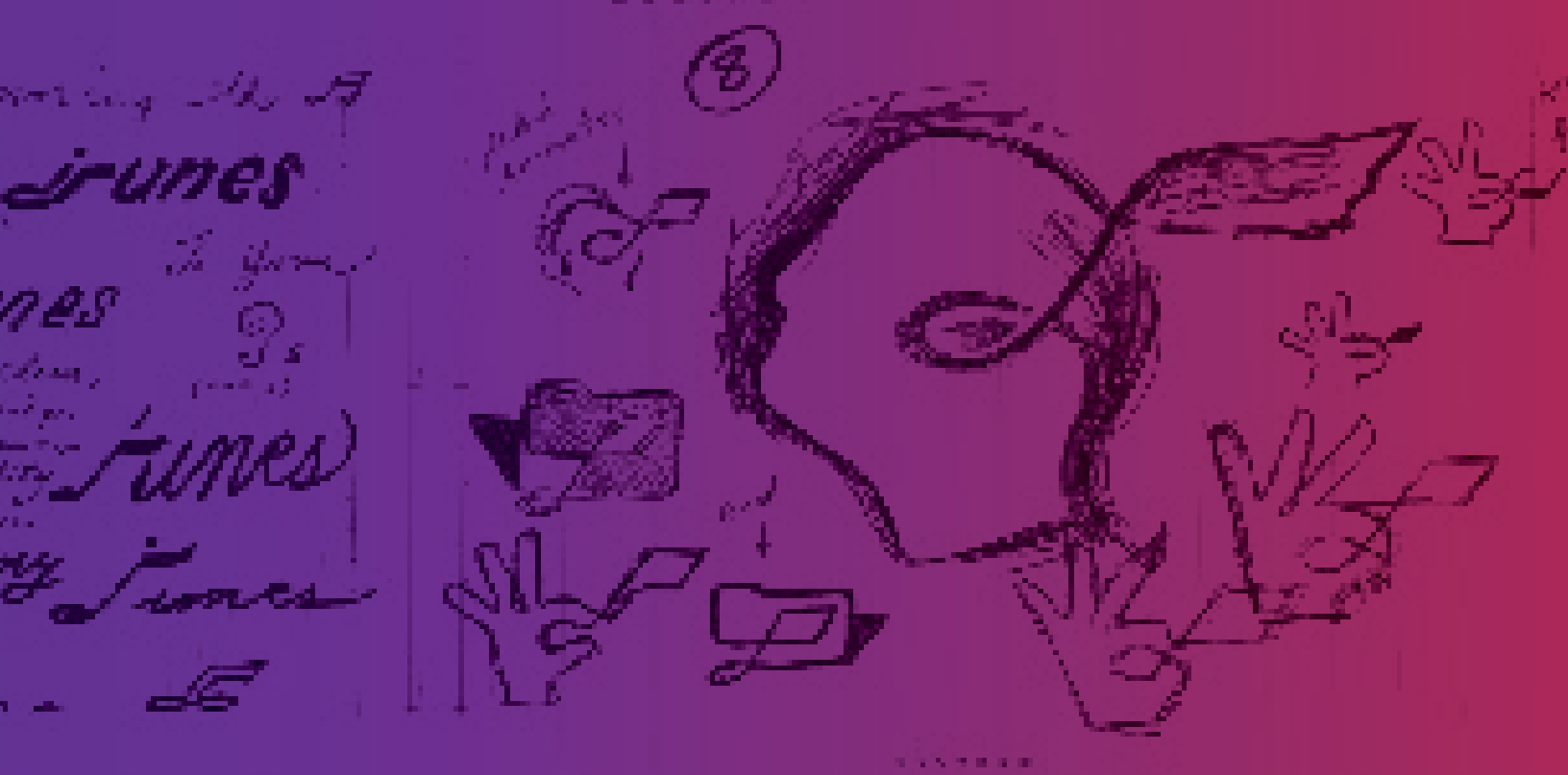
„Offensichtlich ist diesem Kerl nicht klar, dass das „OK“ Handsymbol in anderen Ländern A...loch bedeutet ...“



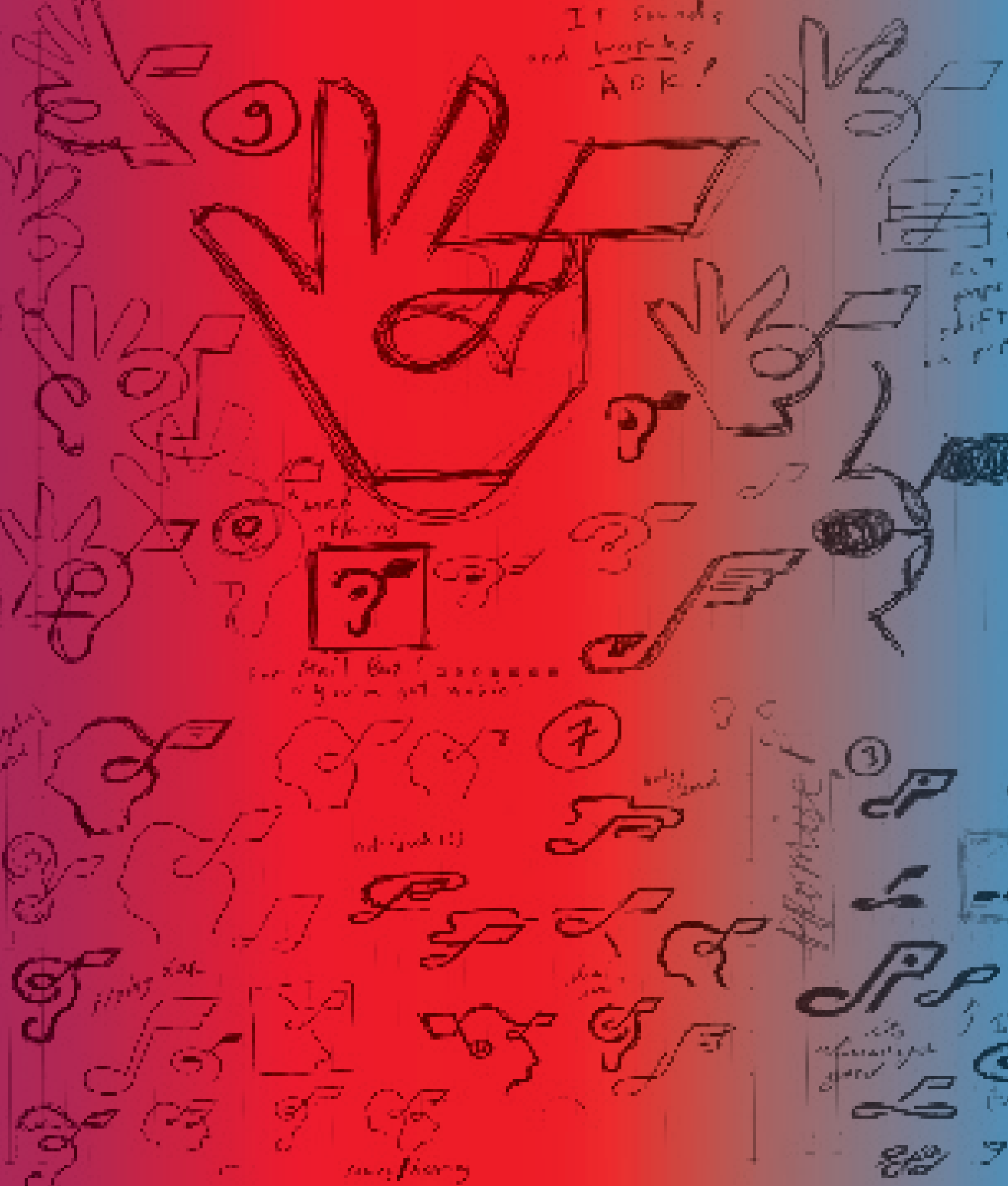
twitter-19413173

„Was zum Teufel, war er betrunken, als er damit daherkam?“





It Sounds
and Looks
ACK!





Yahoo!

Alles ins Runde



Es gab kein Set, das es ästhetisch auszuarbeiten galt. Wir begannen einfach damit, die Information herauszufiltern, soweit dies möglich war. Dieses sind ebenfalls hochauflösende Displays, älter noch als Retina, und wir zielten daher auf die Schaffung kleinerer Symbole ab, die auf herkömmlichen Bildschirmen veraltet wirkten.

KUNDE

Ogilvy & Mather

CREATIVE DIRECTOR

Sung Chang

ART DIRECTOR

Barbara Glauber

Um 2003 beauftragte Yahoo! Ogilvy mit einer grundlegenden Neugestaltung seiner Webseite. Zu dieser Zeit war Yahoo! die bedeutendste Internetfirma. Yahoo! wollte sich von den kleinen gelben Emojis mit dem lachenden Gesicht wegentwickeln, da diese etwas kitschig wirkten. Zur Umgestaltung standen sechs Rubriken zur Disposition und so entwickelte ich auf spielerische Art für jede einzelne

Rubrik Ideen. Aber manches kann man auch zu Tode optimieren. Auf wie viele Arten kann man einen Briefumschlag darstellen? Offensichtlich 34! Dreh ihn hierhin, dreh ihn dahin oder setz einen blauen Kreis dahinter. Yahoo! konnte sich schließlich nicht mit meiner Arbeit anfreunden, aber ich konnte einige Entwürfe an AT&T verkaufen, sodass ich keinen Totalverlust hatte.

Mein Yahoo!

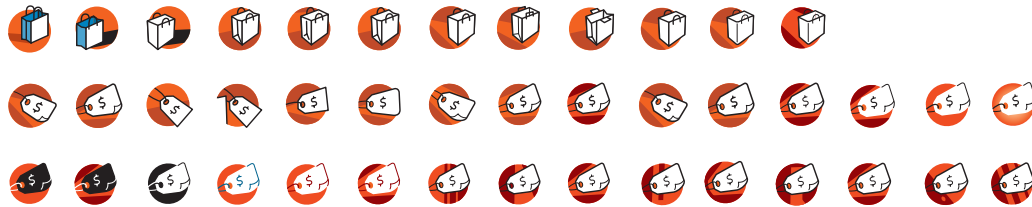
Jedes Haus war so gestaltet, dass es aus dem Kreis hervortrat, um einen Eingangspunkt zu schaffen. Der vorhandene Platz war vernünftig auszunutzen.



Finanzen

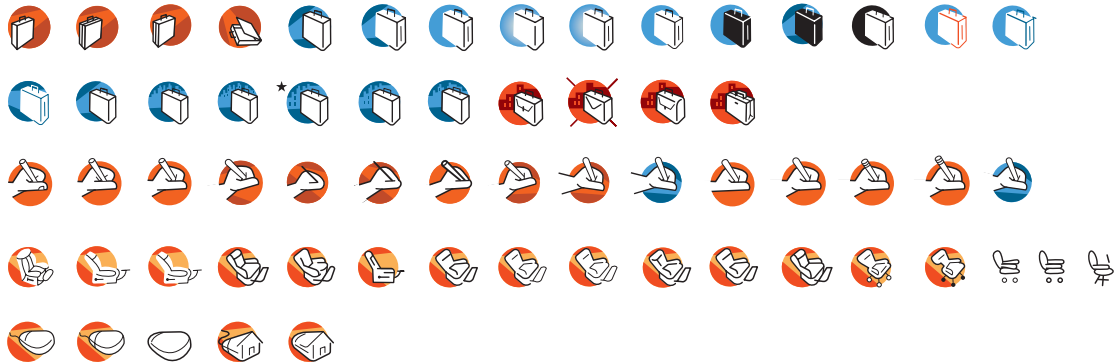


Shopping



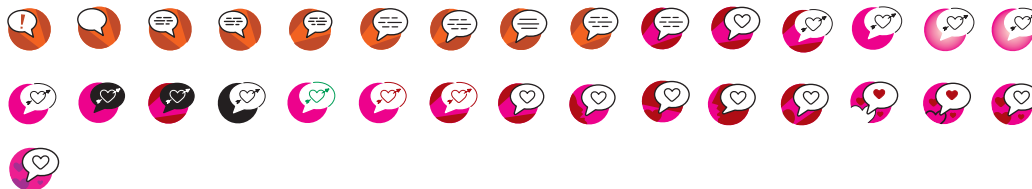
Jobs

In den frühen Tagen des Internets war der Aktenkoffer noch mit dem Begriff „Karriere“ verbunden, aber heute hat man diese Assoziation nicht mehr. Daher ist es ein sinnloses und antiquiertes Symbol.



Messenger

Als Yahoo! die Bühne betrat, war das Senden von Nachrichten, meist Liebesbotschaften, groß in Mode. Daher hier die vielen Herzen.



E-Mail

