

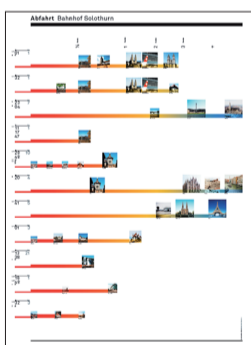
# Visuelle Rhetorik 2 – Regeln, Spielräume und rhetorischer Nullpunkt im Informationsdesign am Beispiel des öffentlichen Verkehrs

**Abstract** Nicht nur Werbung zielt auf Wirkung, sondern auch das auf den ersten Blick zurückhaltend-sachliche Informationsdesign. Denn selbst Reiseinformationen wie z.B. ein Fahrplan werden nach besonderen Gesichtspunkten und mit spezifischen Wirkzielen gestaltet: Jede Wahl von Schrift, Farbe oder Proportion trägt zur spezifischen Wirkung der Information bei, damit sie möglichst verständlich, übersichtlich oder gut sichtbar ist. Reine Information gibt es nicht und somit auch keinen rhetorischen Nullpunkt. Doch was sind die spezifischen Wirkziele im öV-Informationsdesign? Geht es bloss ums Informieren? Oder sollte das Betrachten vielleicht auch ein wenig Spass machen? Geht es bei der Gestaltung von Reiseinformationen gar um das Vermitteln von Werten wie Sicherheit oder Zuverlässigkeit?

Das Projekt untersucht die spezifischen rhetorischen Wirkungsweisen des Informationsdesigns im Arbeitsfeld Bahnhof mit dem Ziel, gemeinsam mit der Praxispartnerin SBB konkrete neue visuelle Anwendungen zu evaluieren und weiterzuentwickeln.



Werden Informationen am wirksamsten vermittelt, wenn sie möglichst trocken und neutral gestaltet sind? Oder sollte auch Informationsgestaltung das Betrachterauge minimal erfreuen?



Eine von drei Varianten des gelben Abfahrtsplakats, die im Projekt entwickelt und getestet wurden. Ziel: Attraktiv wirken, Spass machen, und doch den informativen Zweck erfüllen.



Affektstarke Variante eines Warnschildes.

**Einführung** Der Projektverlauf folgt der leitenden These, dass auch im Informationsdesign rhetorische Regeln und Wirkzusammenhänge zum Einsatz kommen. Diese These wird in drei Schritten entfaltet, empirisch getestet, gemeinsam mit Experten aus dem öV und Informationsdesign evaluiert und schliesslich in Forschungsresultate transferiert.

## Methode und Vorgehen

1. Analyse: Vor dem Hintergrund der Ausgangsthese wurden zuerst Regelwerke und Gestaltungsmanuals im Bereich Informationsdesign des öffentlichen Verkehrs mittels einer rhetorischen Designanalyse durchleuchtet. Gesucht wurde nach Designregeln, d.h. explizit genannten Wirkzielen sowie den Stilmitteln, welche zu diesem Effekt führen. Die Wirkregeln wurden den rhetorischen Wirkdimensionen logos, pathos und ethos zugeordnet. Parallel dazu wurde eine visuelle Analyse von rund 500 Fotos der Reiseinformationangebote in verschiedenen Schweizer Bahnhöfen vorgenommen, um einen Überblick des Status quo der Typen und Standorte von Reiseinformationen zu erhalten. Schliesslich wurden qualitative Experteninterviews mit Verantwortlichen für Informationsgestaltung im öffentlichen Verkehr geführt, um noch mehr über die Wirkziele und -regeln in diesem Bereich zu erfahren.

2. Design und Empirie: Aufbauend auf den im Analyseteil entwickelten Wirkhypothesen wurden für drei ausgewählte Reiseinformationsträger je drei alternative Informationslösungen mit je spezifischen Wirkzielen entworfen (Praxisbasierte Forschung). Die effek-

tiven rhetorischen Wirkungen dieser Designvarianten wurden durch das Usability Labor der Wissenschaftspartnerin Hochschule der Medien Stuttgart empirisch überprüft. Aufgrund der durch die Empirie gewonnenen Erkenntnisse und gefundenen Mängel werden die Designvarianten derzeit nochmals überarbeitet und weiterentwickelt.

3. Evaluation: Die Resultate der Usability Tests werden den Expert/-innen aus dem öV sowie neu auch aus dem Bereich Informationsdesign präsentiert, wobei sie in qualitativen Interviews nach ihrer Einschätzung der gestalteten Designvarianten, der Verallgemeinerbarkeit der Wirkhypothesen sowie nach möglichen Verbesserungsszenarien befragt werden.

**Ergebnisse** Alle gewonnenen Erkenntnisse werden abschliessend ausgewertet und für ein Publikationskonzept gemeinsam mit der Praxispartnerin SBB aufgearbeitet. Zudem sind Publikationen in einschlägigen Zeitschriften sowie Konferenzbeiträge geplant. Erste Ergebnisse wurden bereits im Herbst 2010 an zwei internationalen Konferenzen in Basel und Berlin vorgestellt, und ein erster Fachaufsatz über das Projekt ist veröffentlicht.

Projektleitung:  
Annina Schneller

Projektverantwortung:  
Arne Scheuermann

Mitarbeit:  
Christian Jaquet  
Hélène Jordi-Marguet  
Harald Klingemann  
Simon Küffer  
Reinhard Wendler  
Lukas Zimmer

Partner:  
Schweizerische Bundesbahnen, SBB  
Hochschule der Medien Stuttgart

Laufzeit:  
2/2010–07/2011

Finanzierung:  
Schweizerischer Nationalfonds, DORE

Kontakt:  
Hochschule der Künste Bern  
FSP Kommunikationsdesign  
Fellerstrasse 11  
3027 Bern

annina.schneller@hkb.bfh.ch

