

LARGE FORMAT PRINT *ist das* Medium für die **VISUELLE** Kommunikation

Visuelle Kommunikation ist eine uralte Kulturtechnik, die auf die Höhlenmalereien vor etwa 40.000 Jahren zurückgeht. Als Begriff und theoretisches Forschungsfeld etablierte sie sich jedoch erst im 20. Jahrhundert, forciert durch die Massenmedien, Werbung und die Notwendigkeit, Bildsprache im Kommunikationsdesign zu analysieren.

Von Klaus-Peter Nicolay

Inzwischen ist visuelle Kommunikation ein zentrales Element unserer Medien- und Informationsgesellschaft. Denn der etwas sperrige Begriff meint nichts anderes als die gezielte Übermittlung von Inhalten und Botschaften durch Bilder, Farben, Formen oder Typografie. Das machen andere Medien auch. Im Gegensatz zur Information, die gelesen

oder gehört werden muss, ermöglicht visuelle Kommunikation die schnelle, oft intuitive Aufnahme von Botschaften, da visuelle Reize vom menschlichen Gehirn besonders rasant verarbeitet werden. Elemente, die Emotionen ansprechen, werden über psychologische Mechanismen extrem schnell erfasst – noch bevor man bewusst darüber nach-

denken kann. Und dies um so mehr, je grösser die Elemente dargestellt werden.

Large Format Printing und visuelle Kommunikation stehen folglich in einer engen, funktionalen Beziehung zur visuellen Kommunikation, da der Grossformatdruck das wichtigste Werkzeug ist, um visuelle Botschaften in grossem Massstab physisch zu übertragen.

Kernaspekte der visuellen Kommunikation

Gerade in einer Zeit, in der Menschen täglich mit einer Unzahl an Informationen konfrontiert sind, gewinnt visuelle Kommunikation an Bedeutung. Sie hilft, komplexe Inhalte zu vereinfachen und schneller zu erfassen, Aufmerksamkeit zu erzeugen und Inhalte nachhaltig im Gedächtnis zu verankern.

Ein prägnantes Bild oder ein klar gestaltetes Zeichen kann oft mehr ausdrücken als lange Textpassagen und erreicht dabei auch Menschen unabhängig von Sprache oder kulturellem Hintergrund. Deshalb setzen Grafikdesign und Werbung auch im öffentlichen Raum visuelle Kommunikation beispielsweise in Form von Plakaten, Leitsystemen oder Verkehrszeichen ein. Dabei ist visuelle Kommunikation ein mächtiges Werkzeug: Sie kann informieren, Emotionen auslösen, Orientierung bieten oder gezielt Handlungen beeinflussen. Die Kernaspekte liegen jedoch nicht allein in ihrer Grösse, sondern finden sich in Lehrsätzen

jeder guten Gestaltung wieder:

- Schnelle Informationsvermittlung wird erreicht, wenn komplexe Inhalte durch Infografiken, Diagramme und gut lesbare Schriften (Schrifttyp, Schriftgrösse und Zeilendurchschuss sowie Anordnung) strukturiert werden.
 - Emotionale Wirkung wird durch Farben und eine Bildsprache erreicht, die Aufmerksamkeit weckt und Gefühle auslöst.
- Demnach sind Typografie, Fotografien, Illustrationen, Farben, Logos, Grafiken und Diagramme Bestandteile der visuellen Kommunikation. Bewegtbild, Animationen und Gesten spielen ebenfalls eine grosse Rolle.

Dabei hat jede dieser Disziplinen eigene Regeln:

- Bildsprache entsteht durch durchgängige Bildaussagen und Stimmungen von Fotos, den gleichen Stil bei Illustrationen und einheitlich gestaltete Icons.
- Typografie nutzt die Regeln der Schriftgestaltung.
- Farbe unterstreicht Aussagen durch Farbsymbolik, Kontraste und Stimmungen.
- Layout/Komposition sorgt schliesslich für die richtige und gefällige Anordnung von Elementen im Raum.

Gezielte Gestaltung als Kommunikationsmittel

Dabei ist visuelle Kommunikation mehr als «schönes Design». Sie ist wirkungsvolles

Mittel, um Informationen effizient zu vermitteln, Emotionen anzusprechen und die Wahrnehmung von Inhalten gezielt zu steuern. Sie ist ein unverzichtbares Werkzeug, um erfolgreich zu kommunizieren und Aufmerksamkeit zu gewinnen. Die Gestaltung, die visuelle Kommunikation gibt dabei die Strategie vor, die der Grossformatdruck als Medium realisiert. Large Format Printing setzt diese Gestaltung praktisch um und sorgt dafür, dass sie ihre Wirkung auch bei extremer Vergrösserung, bei Plakaten, Bannern, Wänden oder Gebäudefassaden voll zur Geltung bringt.



Schule für Gestaltung Zürich

HF Interaction Design

Gestaltung wird zunehmend interaktiv. In sechs Semestern erwirbst du praxisnahe Kompetenzen in den Bereichen UX-Methodik, Konzeption und Prototyping. Du entwickelst digitale Anwendungen und verknüpfst Gestaltung und Technologie, neu mit Abschluss als Professional Bachelor.

Nächster Start

August 2026

Schulort

Schule für Gestaltung Zürich

Infoabend

07.05.2026, 18.00 Uhr, Schule für Gestaltung Zürich

Anmeldung zum Infoabend

per Mail an weiterbildung@sfgz.ch

**Neu als:
Professional
Bachelor**

Schule für Gestaltung Zürich
Ausstellungsstrasse 104
8005 Zürich
044 446 97 77

