

Universität Bremen
Dozent Peter Holz
Seminar: Bilder der Werbung
Schwerpunkt Semiotik
SS 2005

Semiotische Analyse von Hinweisschildern des Bremer Flughafens

Rebekka Kalbas
Dorit Keller
Tanja Meyer
Svenja Nierentz
Christiane Wrede

Inhaltsverzeichnis

Wieso Flughafenschilder?	1
Der Bremer Flughafen und seine Schilder	1
Vermutungen und Hypothesen	2
Die Durchführung	2
Ikonische, symbolische und indexikalische Zeichen	
Ikonische Qualität	3
Symbolische Qualität	4
Indexikalische Qualität	5
Ikonische Zeichen: Piktogramme	6
Kognitive Voraussetzungen	7
Wirkung von Werbung	8
Flughafenschilder, Bildwerbung und Straßenschilder	9
Semiotische Qualitäten der Flughafenschilder	
Auf der Suche...	10
Kulinarisches	11
Aktivitäten	12
Hin und Weg	13
Zusammenfassung der Ergebnisse	14
Quellenangaben	15

Wieso Flughafenschilder?

Das Ziel unserer ersten Exkursion war der Bremer Flughafen. Wir wollten sehen, ob es am Flughafen besondere Werbung oder Schilder gibt, die man vor allem dort findet. In der Flughafenhalle angekommen fielen unsere Blicke gleich auf zahlreiche Flughafenschilder, die in ca. 3m Höhe an den Wänden, über Rolltreppen, Ein- und Ausgängen ihren Platz hatten. Nach kurzen Minuten der Orientierung starteten wir die Fotoaufnahmen. Als schwierig stellte sich recht bald heraus, dass es nicht leicht war die Schilder frontal zu fotografieren, da sie zu hoch angebracht waren und das Bild in einer falschen Perspektive erschien. Wir entschieden uns dafür, die Größte aus unserer Gruppe die Fotos machen zu lassen. Nach der Durchsicht der Fotos recherchierten wir im Internet, ob im Ausland vergleichbare Flughafenschilder existieren. Es stellte sich heraus, dass sich die Hinweisschilder der Flughäfen in ihrer bildlichen Darstellung ähneln. Am Beispiel des Bremer Flughafens haben wir versucht etwas mehr über die Besonderheiten der Hinweisschilder herauszufinden.

Der Bremer Flughafen und seine Schilder

Der Bremer Flughafen ist ein Geschäftsreise- und Tourismusflughafen. Sein Einzugsgebiet ist die Stadt Bremen und Nordwestdeutschland. Angeflogen werden alle wichtigen Flughäfen in Europa, wie z.B. Frankfurt oder London. Von diesen europäischen Flughäfen besteht eine Verbindung in die ganze Welt. Rund 1, 674,987 Millionen Passagiere hatte der Bremer Flughafen 2004 zu verzeichnen. Diese große Anzahl von Besuchern des Flughafens haben alle ein Anliegen, einige müssen ihr Abflugterminal schnell finden, einige wollen auf die Besucherterrasse, andere wollen in den letzten 20 Minuten vor dem Abflug noch kurz einen Kaffee trinken.

Um sich in dem großen Flughafengebäude zurechtzufinden, sind sie auf die Hinweisschilder im Flughafen angewiesen. Diese wichtige Rolle der Hinweisschilder macht auch eine kurze Textstelle der Homepage des Düsseldorfer Flughafens zum Thema „Toiletten“ deutlich:

„Sie verspüren "ein dringendes Bedürfnis" und kennen sich am Flughafen Düsseldorf International noch nicht so gut aus, dass Sie auf

Anhieb die sanitären Einrichtungen finden? Achten Sie auf die entsprechenden Hinweisschilder.“

Aus diesen Fakten ist klar zu schließen, dass sich an die Hinweisschilder in den Gebäuden zur Abfertigung von Fluggästen besondere Anforderungen stellen.

Vermutungen und Hypothesen

Im Folgenden wollen wir nun untersuchen, ob die Hinweisschilder im Bremer Flughafen die Anforderungen, die sich an sie stellen, unter den oben genannten Bedingungen erfüllen können. Um dies zu überprüfen haben wir einige Vermutungen und Hypothesen hinsichtlich ihrer Qualität aufgestellt.

Die Hinweisschilder sollten einem internationalen Publikum gerecht werden. Da vom Bremer Flughafen die Möglichkeit besteht in alle Welt zu reisen, ist mit Menschen aus unterschiedlichsten Kulturen zu rechnen. Eine rein schriftliche Darstellung der Hinweise in lateinischen Buchstaben berücksichtigt diese Multikulturalität nicht.

Des Weiteren sollten die Aussagen der Hinweisschilder klar und unmissverständlich sein. Dies ist eine wichtige Voraussetzung für die schnelle Erfassbarkeit der Hinweise. Denn wer am Flughafen nach seinem Abflugsterminal, einer Toilette oder einem Restaurant sucht, muss dieses häufig schnell finden. Ein weiterer wichtiger Punkt wäre die optische Eindeutigkeit der Schilder. Die Farbgebung sollte eindeutig gewählt sein und in der Darstellungsform sollte nicht auf Illustrationen zurückgegriffen werden. Ein Schild, das aufgrund seiner Farbe oder Größe nicht zu erkennen ist hilft niemandem. Daher sollte es auch als Hinweisschild erkennbar sein, damit es nicht mit Werbung verwechselt wird.

Die Durchführung

Um die Flughafenschilder genauer zu untersuchen, begannen wir unser Bildmaterial zu sichten und wählten erste Beispiele aus. Zu diesem Zeitpunkt wurde uns bewusst, dass wir eine genaue Definition der verschiedenen semiotischen Qualitäten benötigten um festzustellen, welche dieser Qualitäten sich für die Anforderungen eignen, die an die Hinweisschilder gestellt werden.

Ikonische, symbolische und indexikalische Zeichen

Der amerikanische Philosoph Charles Sanders Peirce unterscheidet drei Klassen von Zeichen: die ikonischen, die indexikalischen und als komplexeste Form die symbolischen Zeichen. Im folgenden Teil haben wir versucht für jede Klasse ein Flughafenschild zu finden an dem sich die unterschiedlichen Qualitäten der Klassen deutlich zeigen lassen.

Ikonische Qualität



Zoll

Ikonische Zeichen stehen in einer unmittelbar wahrnehmbaren Beziehung zu der bezeichneten Sache. Das heißt, es besteht eine Ähnlichkeit zwischen dem Ikon und seinem Referenzobjekt. Das Bezeichnende bildet Merkmale des realen Objektes, also des Bezeichnetem, ab und stellt so die Ähnlichkeitsbeziehung her. Je größer die Ähnlichkeit zwischen dem Bezeichnetem und dem Bezeichnendem ist desto höher ist auch die ikonische Qualität des Bezeichnenden.

Bei dem Zollschild ähnelt die abgebildete Figur dem realen Zollbeamten aufgrund der Mütze. Außerdem ist eine Tätigkeit des Zolls abgebildet. Das Schild zeigt wie die Figur einen geöffneten Koffer durchsucht. Die Mütze und das Durchsuchen von Gepäckstücken sind die abgebildeten Merkmale, die eine Beziehung zwischen dem realen Objekt „Zoll“ und dem ikonischen Zeichen herstellen.

Symbolische Qualität



Polizei

Bei einem Zeichen mit symbolischer Qualität ist die Beziehung zwischen dem Zeichen und dem Bezeichnetem arbiträr und beruht auf Konventionen. Das heißt, es gibt keinen logischen Zusammenhang zwischen Inhalt und Ausdruck, aber die Mitglieder einer Gemeinschaft haben sich darauf geeinigt, dass ein bestimmtes Zeichen für einen bestimmten Inhalt steht.

Bei unserem Beispiel für ein Zeichen mit symbolischer Qualität handelt es sich um das Hinweisschild der Polizei. Auf dem Schild sind keine Polizisten abgebildet oder Gebrauchsgegenstände wie zum Beispiel Handschellen und Pistole, die man leicht mit der Polizei in Verbindung bringen könnte. Stattdessen ist der Polizeistern abgebildet. Dieser Stern alleine lässt keine Rückschlüsse über die Funktion und Tätigkeiten der Polizei zu und ohne entsprechendes historisches Hintergrundwissen ist auch nicht zu erschließen warum er als Symbol für die Polizei steht. Der Ursprung des Polizeisterns ist ein preußischer Orden aus der Zeit Friedrich I. Dieser Orden wurde von ehemaligen Feldjägern, die später bei der Gendarmerie arbeiteten als Erkennungszeichen beibehalten und an der Mütze getragen. Danach wurde der Gardestern immer wieder als Mützenemblem für die Polizei verwendet. Als 1974 bundeseinheitliche Polizeiuniformen eingeführt wurden, vereinheitlichte man den Gardestern und machte ihn zum Erkennungszeichen der Polizei mit dem Wappen des jeweiligen Bundeslandes in der Mitte. Der Stern ist also ein frei gewähltes, beliebiges Symbol, an dessen Stelle auch ein anderes hätte treten können. Das Beispiel des Polizeisterns macht noch einen anderen Aspekt von Zeichen mit symbolischen Qualitäten deutlich. Da solche Zeichen per Konvention festgelegt werden, sind sie sprach – und kulturspezifisch beschränkt. Für den Polizeistern bedeutet es, dass er für jemanden aus einem anderen Kulturkreis nicht als Symbol für die Polizei zu identifizieren ist.

Indexikalische Qualität



Friseur

Die Beziehung zwischen dem Bezeichnenden und dem Bezeichnetem beruht bei Zeichen mit indexikalischer Qualität auf einem direkten kausalen Zusammenhang. Indexikalische Zeichen haben eine hinweisende Funktion, die auf Erfahrungen basiert. Für unser Beispiel bedeutet das, dass man aufgrund von Erfahrungen weiß, dass ein Pfeil eine Richtung angibt und somit eine hinweisende Funktion hat.

Der Zusammenhang zwischen dem Pfeil als Bezeichnendem und einer bestimmten Richtung als Bezeichnetem besteht darin, dass der Pfeil ein Anzeiger ist. Das heißt, dass die Richtung selber nicht sichtbar ist, man einen Pfeil aber sofort mit einer bestimmten Richtung in Verbindung bringt. Ähnlich kann man möglicherweise auch das Friseurschild erklären. Der Friseur als Person ist nicht abgebildet, es besteht also keine Ähnlichkeitsbeziehung. Genauso wenig gibt es eine Konvention, die besagt, dass Kamm und Schere symbolisch für einen Friseur stehen. Man kann aber sagen, dass ein kausaler Zusammenhang zwischen dem Kamm und der Schere und der Tätigkeit des Haare Schneidens besteht, da dieses Werkzeug für die diese Tätigkeit gebraucht wird. Kamm und Schere können daher als Anzeiger für die Arbeit des Friseurs gesehen werden und verweisen so auch auf den Friseur selber.

Die Semiotik kennt neben den natürlichen Sprachen als umfassende Zeichensysteme noch weitere Zeichensysteme, die ebenfalls konventionell entstanden sind, aber als künstlich zu bezeichnen sind, z.B. die internationalen (und nationalen) Verkehrszeichen oder die Morsezeichen. Diese Zeichensysteme sind jedoch auf der Basis der sprachlichen Zeichensysteme entstanden und daher sekundär.

Ikonische Zeichen: Piktogramme

In jüngster Zeit gewinnen Piktogramme durch ihre Verbreitung im internationalen Raum (Flughäfen, Bahnhöfe), bei der Arbeit mit PCs, ihren Programme ("icons") und im Internet zunehmende Bedeutung. Wesentlich für diese ikonischen Zeichen ist vor allem ihre transkulturelle Gültigkeit, die Kommunikation (vermeintlich) sprachunabhängig ermöglicht. Wie wir alle aus Erfahrung wissen, werden Bilder leichter und besser behalten als Texte. Die Bilder sind als Zeichen anzusehen, die einen Bezug auf die Umgebung darstellen. Die Verbildlichung sollte eine Schlüsselfunktion einnehmen und als Leitmotiv für eine Informationskette dienen.

Ein Piktogramm (von lat.: *pictum* = gemalt, Bild; griech.: *gráphein* = schreiben) ist ein einzelnes Bildsymbol, das eine Information durch vereinfachte grafische Darstellung vermittelt.

Anforderungen an ein Piktogramm:

- Zeichencharakter, es sollte keine Illustration sein.
- kulturneutral, es muss von Menschen der ganzen Welt verstanden werden.
- keine Tabus verletzen, das heißt keine religiöse, sittliche oder rassistische Diskriminierung darstellen.
- bildungsneutral, das heißt es muss von Menschen unterschiedlichster Bildung verstanden werden.
- lesbar sein und die Information leicht zugänglich machen.

Aufgaben von Piktogrammen:

- Informieren
- Orientieren
- Leiten (im Sinne von Weg, Verhalten oder Arbeitsweisen leiten)
- Warnen

Informieren



Orientieren



Leiten



Warnen



Kategorien von Piktogrammen nach ihrer Aufgabe

Im Zusammenhang mit der Aufgabenerfüllung von Piktogrammen treten diese meist als geschlossenen Piktogrammfamilie auf. Im Sinne dieser Zeichensysteme kann man die Piktogrammfamilien in zwei große Kategorien einteilen:

1. Standardisierte oder genormte Zeichen für technische Zwecke

- Bedienelemente für Geräte
- Zeichen in der Wetterkartografie
- Zeichen im Tourismusbereich



2. Systematische Bildzeichen für Orientierungszwecke

- Gebäude (Bahnhof, Flughafen, Schule)
- Sportveranstaltungen (Olympiade)
- Ausstellungen (Expo, Messen, ...)



Kognitive Voraussetzungen

Das Erkennen bzw. Entschlüsseln von semiotischen Zeichen im Allgemeinen setzt einen gewissen Grad an Abstraktionsvermögen voraus, das Kinder im Laufe ihrer Entwicklung im Alter zwischen 2 und 4 Jahren zu erwerben beginnen.

Während Kinder sich zunächst ausschließlich handelnd mit Gegenständen beschäftigen, können sie nach einiger Zeit auch Gegenstände auf Abbildungen erkennen. Sie verstehen die Bilder als Symbole für Gegenstände, wodurch ein Verständnis für Bildinformationen entwickelt wird. Die Bildanschauung gilt als zentrales Element der rezeptiven Vorstufe, denn sie beinhaltet gegenüber dem vorangegangenen handelnden Umgang mit Gegenständen ein höheres Maß an Abstraktion.

Die Entwicklungsphase, in der Kinder das Abstraktionsvermögen vom konkreten Gegenstand zum Abbild des Gegenstandes erlernen, wird als

präliteral – symbolische Phase bezeichnet und als Vorbedingung für das Lesen- und Schreibenlernen angesehen, denn der Schriftspracherwerb beginnt nicht erst mit dem Lesen und Schreiben von sprachlichem Zeichenmaterial im engeren Sinne, sondern beruht auf vorher entwickelten Bedingungen, wie beispielsweise der Bildanschauung.

Kinder, die dieses Abstraktionsvermögen noch nicht entwickelt haben und Menschen mit schwerwiegenden Entwicklungsstörungen der präliteral – symbolischen Rezeption und Produktion wären aller Wahrscheinlichkeit nach nicht dazu in der Lage, den Informationsgehalt der Flughafenschilder für sich zu nutzen.

Wirkung von Werbung

Über die Wirkung von Werbung gibt es mehr widersprüchliche Theorien als Erkenntnisse. Von vielen Seiten wird der Werbung im Allgemeinen und insbesondere der Bildwerbung eine Manipulationsabsicht zugesprochen.

Unter Manipulation soll hier die „Beeinflussung, Steuerung fremden Denkens, Fühlens und Verhaltens, meist ohne dass sich die Betroffenen der Steuerung bewusst werden“ (Meyers Großes Taschenlexikon 1999, S.102), verstanden werden.

Ob der Begriff Manipulation dem Sachverhalt Rechnung trägt, ist unbestimmt. Allerdings ist unbestreitbar, dass das Ziel jeder Werbung die Beeinflussung der Zielperson im Sinne des Werbenden ist. Konsumenten sollen ein Produkt kaufen – am Besten, ohne lange darüber nachzudenken.

Die Grundfunktion einer Werbeanzeige besteht darin, den Konsumenten auf bestimmte Produkte oder Dienstleistungen aufmerksam zu machen, sie bekannt zu machen und als kaufwürdig darzustellen. In der Werbetechnik werden diese Grundfunktionen der Werbemittel durch die so genannte AIDA-Formel charakterisiert, die die vier wichtigsten Werbeschritte folgenderweise zusammenfasst:

1. die Erweckung von Aufmerksamkeit (= attention)
2. die Steuerung des Interesses (= to interest)
3. die Weckung von Konsumwünschen (= to desire)
4. die Veranlassung der Kaufhandlung (= action)

Flughafenschilder, Bildwerbung und Straßenschilder

Bilder sind besonders gute Informationsträger und bleiben besser in Erinnerung als z.B. Texte bzw. Slogans ohne die Verbindung mit Bildern. Außerdem ziehen sie durch ihre Farbigkeit und Größe rasch Aufmerksamkeit auf sich.

Folgende Faktoren unterstützen unserer Meinung nach den positiven Werbeeffect von Bildwerbung:

- Platzierung von ansprechenden Objekten als Blickfang
- Originalität und Ausdruckskraft der Darstellung
- Farbgestaltung, häufig kontrastreich

Beispiel für Bildwerbung, die die genannten Faktoren zeigt. (Coca- Cola)



Der schlichte, prägnante Aufbau der Flughafenschilder steht im Gegensatz zu diesen Faktoren, die unter anderem die Werbewirkung von Bilddarstellungen ausmachen.

So lassen sich eher Parallelen im Vergleich von Flughafenschildern und Straßenschildern finden. Die Flughafenschilder weisen eine starke Ähnlichkeit mit Hinweisschildern auf, welche europaweit im Straßenverkehr eine leitende Funktion erfüllen.

Hinweisschilder weisen folgende Merkmale auf:

- Hinweise sind immer vier- oder fünfeckig.
- Weiße Schrift auf blauem oder grünem Grund
- Häufig (schriftliche) Ergänzung durch Zusatzschilder, die direkt unter dem Verkehrszeichen untergebracht sind

Beispiel für Hinweisschilder (Parkplatz) im Vergleich zu Flughafenschildern:



Wenn man die schriftliche Erläuterung, die sich neben dem jeweiligen Flughafenschild befindet, als Ergänzung betrachtet, weisen die Flughafenschilder genau diese Merkmale ebenfalls auf.

Semiotische Qualitäten der Flughafenschilder

Auf der Suche...



Fundbüro



Information

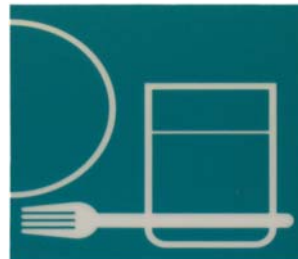
Die hier dargestellten Gegenstände, der Koffer und der Schirm, weisen ikonische Qualitäten auf, da sie den realen Objekten ähneln. Koffer und Schirm stehen hier als Platzhalter für verlorene Gegenstände aller Art. Tatsächlich sind Koffer und Schirme Sachen, die auf Reisen oft abhanden kommen. Deswegen scheint die Auswahl der abgebildeten Gegenstände sehr geeignet.

Das Fragezeichen auf beiden Schildern ist symbolisch, da es ein konventionell festgelegtes Schriftzeichen ist. Auch das „i“ ist erstmal ein Schriftzeichen und damit symbolisch. Des Weiteren hat es sich als allgemeines Zeichen für einen Informationsstandpunkt durchgesetzt.

Kulinarisches



Restaurant



Snackbar

Beide Schilder haben ikonische Qualität, da sie Gegenstände abbilden die man in einem Restaurant und in einer Snackbar benutzt. Das Schild des Restaurants zeigt sogar eine mögliche Anordnung von Messer, Gabel und Teller wie man sie auch auf seinem Restauranttisch vorfinden könnte.

Neben der ikonischen Qualität, sind beide Schilder noch indexikalisch. Es ist weder das Restaurant noch die Snackbar abgebildet, dafür aber Gegenstände, die man zum Essen benötigt. So wird auf einen Ort hinweisen an dem man sowohl die Gegenstände als auch das Essen bekommt.

Die Schilder unterscheiden sich nur durch die Gegenstände und ihre Anordnung. Die festgelegte Anordnung wie man sie auf einem gedeckten Tisch findet steht für das Restaurant und die locker Verteilung von Gabel, Glas und Teller für die Snackbar. Ohne die Textinformation sind die Schilder nicht eindeutig zuzuordnen, da weder die ausgewählten Gegenstände noch ihre Anordnung den Unterschied zwischen Snackbar und Restaurant wirklich deutlich machen.

Aktivitäten



Shopping



Besucherterrasse



Lounges

Auf allen drei Abbildungen sind stilisierte Personen zu sehen, bei denen die Proportionen nicht stimmen, da der Kopf jeweils zu klein ist. Diese Personen sind in dem was sie tun relativ detailgetreu abgebildet. Dadurch entsteht der ikonische Wert der Bilder.

Auf dem ersten Bild ist eine Person mit einer Tüte zu sehen. Das lässt darauf schließen, dass sie einkauft. Diese Person wirkt dynamisch und glücklich, da sie sich im Laufschrift befindet und die Tüte neben sich her schwingt. Das Schild weist nicht auf ein bestimmtes Geschäft hin, sondern nur die Richtung in der Personen, die gerne einkaufen Geschäfte finden.

Das zweite Bild zeigt zwei Personen, die in dieselbe Richtung schauen. Die eine winkt mit der linken Hand und die zweite hat die Arme auf dem Rücken verschränkt. Durch das Winken kann man annehmen, dass die Person jemanden verabschiedet oder begrüßt. Das lässt wiederum die Vermutung zu, dass sie sich an einem Ort befindet von dem aus man Personen am Flughafen laden und wegfliegen sehen kann.

Auf dem dritten Bild ist eine Person dargestellt, die entspannt in einem Sessel sitzt, indem sie das rechte Bein relaxt/lässig über das andere geschlagen hat und der linke Arm locker auf der Armlehne ruht. Aus der Körperhaltung kann man ableiten, dass dieser Raum nicht nur ein Wartesaal ist sondern, man kann sich dort entspannen und es sich gemütlich machen kann.

Der Unterschied, neben den verschiedenen Tätigkeiten die ausgedrückt werden, liegt in der Verständlichkeit der drei Schilder. Bild 1 und Bild 3 sind selbsterklärend und durchaus auch an anderen Orten aufzufinden wie z.B. im Bahnhof. Bild 2 hingegen ist nur verständlich, wenn man am sich am Flughafen befindet, da man an diesem Ort eine Besucherterrasse erwartet. An anderen Stellen ist es fraglich, ob man dieses Schild verstehen könnte.

Hin und Weg



Abflug



Ankunft

Die zwei Bilder haben einen ikonischen Wert, da auf beiden Bildern ein Flugzeug abgebildet ist. Unterschieden werden die beiden Schilder darin, dass das landende im Gegensatz zu dem abfliegenden Flugzeug mit ausgefahrenen Rädern abgebildet ist. Der indexikalische Wert besteht darin, dass die Flugzeuge in einem bestimmten Winkel stehen, der auf den Abflug bzw. die Landung verweist. Die Schilder sind aufgrund ihrer Darstellung selbsterklärend und werden wohl nicht missverstanden.

Jedem Autofahrer dürfte dieses indexikalische Zeichen der beiden Schilder bekannt sein, da die Verkehrsschilder in bergigen Landschaften ebenfalls durch einen abfallenden bzw. steigenden Winkel gekennzeichnet sind. Oft werden diese auch zusätzlich noch durch die Prozentzahl der Steigung bzw. Neigung ergänzt.



Starke Steigung



gefährliches Gefälle

Zusammenfassung der Ergebnisse

Unsere anfänglich vermuteten Kriterien haben sich bestätigt. Dem internationalen Publikum wird Rechnung getragen, in dem die schriftliche Darstellung, dessen auf das hingewiesen werden soll, um Abbildungen ergänzt wird. Diese haben zum größten Teil eine klare Aussage, sind schnell erfassbar und optisch eindeutig. Erreicht wird dies, in dem die Hinweisschilder über zu meist ikonische Qualitäten verfügen. Die Tätigkeiten, auf die hingewiesen werden sollen, werden bei vielen Beispielen stilisiert dargestellt. Durch diese abstrahierende Reduktion der Darstellung wird ein hoher Wiedererkennungswert geschaffen.

Zu den kulturspezifischen Qualitäten ist zu sagen, dass die Schilder auf internationalen Flughäfen für die Leute bestimmt sind, die es sich leisten können zu fliegen, bzw. die in der 1. Welt leben. Diese Personengruppe ist in der Lage die verschiedenen Schilder zu verstehen. Sei es beispielsweise das Restaurantschild bei uns, wo Teller, Gabel, Messer und Glas dargestellt sind und möglicherweise auf Flughäfen in Asien Schale und Stäbchen, so würden wir auch davon ausgehen, dass es dort etwas zu essen gibt. Die Schilder sind nicht für Menschen aus der dritten Welt geschaffen, da bei ihnen wahrscheinlich davon ausgegangen wird, dass sie eh nicht fliegen.

Insgesamt kann gesagt werden, dass die meisten der Hinweisschilder ihren Inhalt gut repräsentieren und leicht verständlich sind. Wichtig zu ihrem Verständnis ist aber auch der Kontext, in dem diese Abbildungen genutzt werden. Einige Schilder sind ohne den Kontext „Flughafen“ nicht eindeutig. Negatives Beispiel ist hierbei das Schild „Besucherterrasse“. Auch für die Unterscheidung von „Restaurant“ und „Snackbar“ muss der Betrachter über ein Kontext- und Hintergrundwissen verfügen, dass durch die Schilder nicht vermittelbar ist.

Unterstrichen wird ihre leichte Verständlichkeit noch durch die Parallelen, die zu Hinweisschildern aus dem Straßenverkehr bestehen. Aufbau und Farbwahl finden sich in beiden Arten der Schilder wieder.

Vergleicht man die Schilder mit Darstellungen aus dem Bereich der Werbung, so fällt auf, dass ihre Grafik auffallend schlicht und eindeutig ist. Anders als in der Werbung sind die Darstellungen nicht emotional besetzt.

Quellenangaben

Peter May: Diagnose orthographischer Kompetenz. Hamburg 2002

Fahren lernen. Lehrbuch. Verlag Heinrich Vogel; Auflage 5/2004

<http://marvin.sn.schule.de/~fischer/zeichen/piktogramm/zusatz2003/theorie.htm>

Stand: 26.07.2005

www.duesseldorf-international.de/td/fluggast.html

Stand: 26.07.2005

www.werbe-lexikon.info/fachbegriffeaz/aidaformel.htm

Stand: 26.07.2005

www.verkehrsschilder.at

Stand: 26.07.2005

www.fa-shop.de/advanced_search.php

Stand: 26.07.2005