

LU01d: Gestalt-Prinzipien

Die deutschen Psychologen Max Wertheimer, Kurt Koffka und Wolfgang Kohler entwickelten in den 1920er Jahren die Gestaltprinzipien. Diese Prinzipien (oder Gesetze) geben Einblick in die Grundlagen der Wahrnehmungspsychologie und helfen dabei zu verstehen, wie Menschen visuelle Informationen wahrnehmen und interpretieren.

Sie identifizierten eine Reihe von Gesetzen, die sich mit dem natürlichen Drang befassen, Ordnung im Chaos zu finden und beschreiben, wie Menschen ähnliche Elemente gruppieren, Muster erkennen und komplexe Bilder vereinfachen, wenn wir Objekte wahrnehmen. Durch das Verständnis dieser Prinzipien können Designer nicht nur ästhetisch ansprechende Designs schaffen, sondern auch die Benutzerfreundlichkeit und die Effektivität der Nutzerinteraktion verbessern.

Quelle: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/gestalt-principles>

<https://youtu.be/DwR0SZTBMtU?si=-bHE6yTVcEqYr7d>

1. Das Gesetz der Nähe (eng. Law of proximity)

Das Gesetz der Nähe besagt, dass Elemente, die nah beieinander sind, als stärker miteinander verbunden wahrgenommen werden als solche, die weiter auseinander liegen. Zum Beispiel: Wenn zwei Objekte eng beieinander stehen, scheinen sie zusammenzugehören, während Objekte, die weit auseinander sind, weniger verbunden wirken.

Verwendung im UX-Design: Im UX-Design wird dieses Gesetz häufig angewendet. Beispielsweise werden Beschriftungen in der Nähe von Eingabefeldern platziert, sodass Nutzer sie als Einheit wahrnehmen.

2. Das Gesetz der Ähnlichkeit (Law of similarity)

Das Ähnlichkeitsprinzip besagt, dass wir Dinge, die sich ähnlich sehen, in eine Gruppe einordnen und annehmen, dass sie die gleiche Funktion haben. Zum Beispiel sieht man in einem Bild verschiedene Elemente, aber aufgrund ihrer unterschiedlichen Farben werden sie als unterschiedliche Gruppen wahrgenommen.

Verwendung im UX-Design: In einem Anmeldeformular haben die Eingabefelder und die Schaltfläche zwar die gleiche Größe, aber die Farbe der Schaltfläche zeigt, dass sie eine andere Funktion hat. Auch die blauen Texte im Beschreibungstext werden als Links erkannt.

3. Das Gesetz der gemeinsamen Region (eng. Law of common region)

Das Prinzip der gemeinsamen Region ist eng mit der Nähe verbunden. Es besagt, dass wir Objekte, die sich in einem gemeinsamen, geschlossenen Bereich befinden, als zusammengehörig wahrnehmen. Selbst wenn die Elemente in der Nähe sind, werden sie durch einen umschließenden

Bereich zu einer separaten Gruppe.

Verwendung im UX-Design: Dieses Gesetz wird häufig bei der Verwendung von Karten angewendet. Karten schaffen einen bestimmten Informationsbereich, der als zusammengehörig wahrgenommen wird, selbst wenn andere Informationen in der Nähe sind.

4. Das Gesetz des Fokuspunkts (eng. Law of focal point)

Das Prinzip des Fokuspunkts besagt, dass Dinge, die visuell hervorstechen, zuerst die Aufmerksamkeit der Betrachter anziehen. Ein Element, das auffälliger ist als seine Umgebung, zieht die Aufmerksamkeit der Nutzer an – wie die Ente in der Abbildung.

Verwendung im UX-Design: Das Prinzip wird häufig bei Schaltflächen verwendet. Diese haben oft auffällige Farben oder Formen, damit Nutzer sie schnell erkennen und Aktionen einfach ausführen können.

5. Das Gesetz der Kontinuität (eng. Law of continuity)

Das Prinzip der Kontinuität besagt, dass Elemente, die entlang einer Linie oder Kurve angeordnet sind, als enger miteinander verbunden wahrgenommen werden als solche, die nicht auf dieser Linie oder Kurve liegen.

Verwendung im UX-Design: In der Navigation hilft dieses Prinzip, primäre und sekundäre Navigationselemente zu unterscheiden. Beispielsweise sind die Elemente „Home“, „Profil“, „Shop“, „Kontakt“ und „Hilfe“ in einer Linie angeordnet, wodurch sie als zusammengehörige Gruppe wahrgenommen werden, im Gegensatz zu einer ungeordneten Liste.

6. Das Gesetz der Geschlossenheit (eng. Law of closure)

Das Prinzip der Geschlossenheit besagt, dass wir bei komplexen Anordnungen visueller Elemente dazu neigen, nach einem klaren Muster zu suchen. Wir fügen die fehlenden Teile aus unserem Gedächtnis hinzu, um ein vollständiges Bild zu erstellen. Zum Beispiel können sich bewegende Punkte so anordnen, dass wir sie als Hund erkennen.

Verwendung im Grafikdesign: Im Design wird dieses Prinzip oft verwendet, um Logos zu gestalten, die mit negativem Raum arbeiten. Hierbei werden Formen so angeordnet, dass sie durch das Fehlen von Teilen einen erkennbaren Zusammenhang schaffen.

7. Das Gesetz von Figur-Hintergrund (eng. Law of figure-ground)

Das Figur-Hintergrund-Prinzip besagt, dass Menschen Objekte entweder als im Vordergrund (Figur) oder im Hintergrund (Grund) wahrnehmen. Dies bedeutet, dass man sich auf das eine oder andere konzentrieren kann.

Verwendung im UX-Design: Im UX-Design wird dieses Prinzip häufig in Navigationsleisten sowie in

Modalen und Dialogen verwendet, um klarzustellen, was wichtig ist und was nicht.

Quelle: <https://uxdesign.cc/using-gestalt-principles-in-ux-design-3fc64614d3ef> —  © Gaby Jenni

From:

<https://wiki.bzz.ch/> - **BZZ - Modulwiki**

Permanent link:

<https://wiki.bzz.ch/de/modul/m322/learningunits/lu01/theorie/04?rev=1785843758>

Last update: **2026/08/04 13:42**

