

Die Kraft der visuellen Sprache

vc x oel x ocm

chgC



**Kommunikationsdesign
in der Change Kommunikation**

Gabriele
Gutwirth
**Communication
Design**

© 2016–2026
Gabriele Gutwirth
Alle Rechte vorbehalten.
www.gabrielegutwirth.com

Die Kraft der visuellen Sprache

Kommunikationsdesign
in der Change Kommunikation

Wofür braucht man
Kommunikationsdesign
im Change?

Das erste Axiom aus Paul Watzlawicks 5 Grundregeln zum besseren Verständnis über menschliche Kommunikation lautet:

„ Man kann nicht nicht kommunizieren.“

Während sich der Philosoph und Psychoanalytiker Watzlawick in seinen Theorien vorwiegend mit der Kommunikation zwischen Menschen auf Verhaltensebene beschäftigt, ist „Man kann nicht nicht kommunizieren.“ auch ein Axiom, das sich im Zusammenhang mit Kommunikationsdesign anwenden lässt.

Kommunikationsdesign ist Bestandteil des Wechselspiels zwischen wörtlicher und visueller Sprache – die gegenseitige Beeinflussung zwischen einer offensichtlichen Kommunikationsform und einer vermeintlich weniger deutlichen Kommunikationsform. Beide Formen sprechen ihre jeweils eigene Spra-

che und können sich trotzdem fließend miteinander unterhalten.

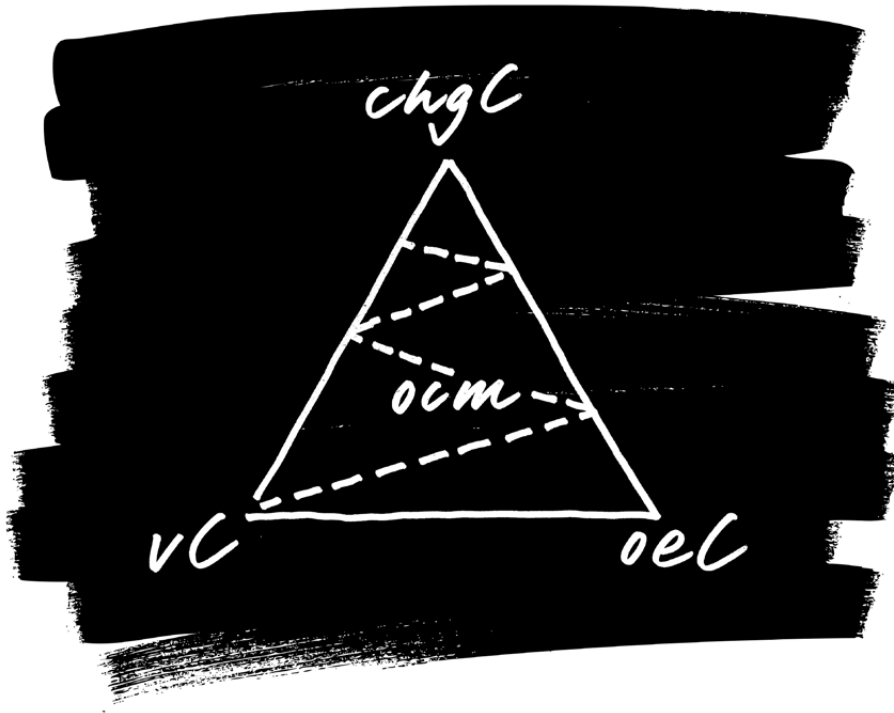
Sprache oder vielmehr Kommunikation, wenn auch oft intuitiv gesteuert, setzt sich wie eine mathematische Formel aus unterschiedlichen Faktoren zusammen, die in ihrer korrekten Kombination zu einem logischen Ergebnis führen:

Faktor 1 Die inhaltliche Sprache – der Text

(Wort und inhaltliche Struktur)

Jede Veränderung braucht eine starke Change Story: Woher kommen wir? Wohin wollen wir? Zwischen diesen beiden Punkten, der Ausgangssituation und dem Ziel, muss eine nachvollziehbare Storyline stehen. Jede Präsentation, jedes Meeting, jede

Kommunikationsdesign in der Change Kommunikation



Botschaft muss konsistent und so lückenfrei wie möglich sein, denn: je schlüssiger die Story, desto reibungsloser die Abläufe und desto handlungsbezogener gelangt man auch an sein Ziel.

Faktor 2 Die visuelle Sprache – das Design

(Bild und visuelle Struktur)

Menschen nehmen Bilder 60.000-mal schneller wahr als Worte. Farben, Formen und Symbole erleichtern Verstehen und Erinnern und bleiben dadurch besser im Gedächtnis. Bilder vervollständigen das Geschriebene und dienen gerade in der interkulturellen Kommunikation zur Verbesserung des gegenseitigen Verständnisses.

Das Ergebnis:

Visuelle Sprache unterstützt inhaltliche Sprache. Aber es geht noch weiter, denn Wort und Bild stehen in einer wechselseitigen Beziehung zueinander und profitieren voneinander.

Das Wort inspiriert zum Bild, wird dabei untermauert und umgekehrt, denn Bilder lassen Worte entstehen.

Wort und Bild multiplizieren sich gegenseitig.

Gute Change Kommunikation braucht die Kombination von Wort und Bild, denn dadurch werden Veränderungsthemen präziser formuliert, greifbarer und effizienter durchführbar.



Gabriele
Gutwirth
**Communication
Design**

© 2016–2026
Gabriele Gutwirth
Alle Rechte vorbehalten.
www.gabrielegutwirth.com

Die Kraft der visuellen Sprache

Kommunikationsdesign in der Change Kommunikation

Datum: 30.03.2025

www.linkedin.com/in/gabrielegutwirth

Autorin

Gabriele Gutwirth
Communication Design

Design Concept
Design Consulting
Brand Development

Master of Fine Arts (Univ.), Bildende Kunst
Diplom-Designer (FH) / Bachelor of Arts,
Kommunikationsdesign

Gunzenleestr. 16a, 86438 Kissing, Deutschland
+49 179 4574 278
info@gabrielegutwirth.com
www.gabrielegutwirth.com

Die in diesem Dokument enthaltenen Inhalte unterliegen dem Urheberschutzrecht. Jede vom Urheberschutzrecht nicht zugelassene Verwertung bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Urheberin oder des/der jeweiligen Rechteinhabers/Rechteinhaberin. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Bearbeitung, Übersetzung, Einspeicherung, Verarbeitung bzw. Wiedergabe von Inhalten in Datenbanken oder anderen gedruckten oder elektronischen Medien und Systemen.

Alle Angaben ohne Gewähr. Irrtum vorbehalten.