



# 05 ORIENTIERUNGSSYSTEME WAYFINDING SYSTEMS

DIMENSION DER FLÄCHE / THE DIMENSION OF THE PLANE

Büro für Gestaltung  
Wangler und Abele GbR  
München/Munich  
www.bfgest.de

büro uebele  
visuelle kommunikation  
Stuttgart  
www.uebele.com

Gourdin und Müller GbR  
Leipzig  
www.gourdin-mueller.de

L2M3  
Kommunikationsdesign  
GmbH, Stuttgart  
www.l2m3.com

Moniteurs GmbH  
Kommunikationsdesign  
Berlin  
www.moniteurs.de

UNIT-DESIGN GmbH  
Frankfurt am Main  
www.unit-design.de

Von den fünf in dieser Ausstellung vorgestellten Bereichen gehen Orientierungs- und Leitsysteme die größte Symbiose mit der dritten, der räumlichen Dimension ein. Die Systeme helfen uns, uns im Raum zurechtzufinden, in öffentlichen und halböffentlichen Gebäuden, in Städten und Landschaften, aber auch zunehmend in virtuellen, nicht-physischen Räumen – vor allen Dingen dann, wenn es uns an natürlichen Bezugspunkten wie Tageslicht oder Himmelsrichtungen fehlt, wir keine Möglichkeit der Orientierung an Bekanntem und Wiedererkennbarem haben, oder wenn wir schlichtweg durch die Größe von Bauwerken die Übersicht verlieren. Ein gelungenes Beispiel für eine überzeugende Anwendung räumlicher Orientierungssysteme ist das Besucherleit- und Informationssystem für das Parkhaus Centr-City in Moskau von Wangler und Abele.

Neben den Begriffen Orientierungs- und Leitsysteme taucht bisweilen der Begriff Informationsdesign im Kontext von Wegeleitsystemen auf. Das scheint naheliegend, beschäftigt sich das Informationsdesign doch mit der effektiven, verständlichen und nutzerorientierten Aufbereitung von Informationen – nicht nur, aber auch in öffentlichen Räumen. So bezeichnet etwa unit-design seine Leitsysteme für den T-Mobile Campus in Bonn sowie für das Lufthansa Aviation Center in Frankfurt am Main als Informationsdesign. Auch der Begriff Signage, der im Englischen sowohl für Beschilderung als auch für Leitsystem stehen kann, findet immer häufiger Verwendung. Neben der Lesart Beschilderung – von Ortschaften, Straßen und Gebäuden – wird er allerdings in Deutschland neuerdings mit Zusätzen wie Retail Signage oder Digital Signage gebraucht und steht dann für Inhalte, mit denen (Werbe-)Displays sowie elektronische Verkehrs- und Wegeleitsysteme individuell bespielt und gesteuert werden können. Die Beschäftigung mit digitalen Anwendungen auf das reale Raumerlebnis bzw. die Frage nach der abstrakten Darstellung physischer Räume firmieren bisweilen auch unter dem Begriff Environmental-Design. Hier ist das Büro Moniteurs mit seinem Projekt POI – Points of Interest zu nennen, das sich mit der Anwendung elektronischer Medien für Orientierungssysteme beschäftigt. Für die Wegeleitung in physischen Räumen spielen Größe und Farbgebung eine entscheidende Rolle. Nur das weithin sichtbare und frühzeitig erkennbare Zeichen erfüllt seinen Zweck, auch wenn es bisweilen im Nahbereich in anderer Skalierung nochmals wiederholt wird. Dass dies auch oder gerade durch das Spiel mit der Perspektive gut funktionieren

kann, zeigt das Orientierungssystem des Büros L2M3 für die Kreissparkasse Ludwigsburg. Die Stockwerks- und Treppenhausemarkierungen können durch die Verzerrungen nur von einem Punkt aus als typografische Zeichen wahrgenommen werden, um sich dann – ist der Mitarbeiter oder Kunde vor Ort angekommen – in freie Formen zu verwandeln. Damit zeigt sich eine weitere Qualität guter Orientierungssysteme, nämlich die Einbeziehung regionaler oder thematischer Spezifika ins System: Ludwigsburg gilt als eine der bedeutendsten deutschen Städte des Barock, ein Zeitalter, dessen Wand- und Decken-Malerei unter anderem von Größe, Dramatik, Bewegung und Verwandlungsfähigkeit geprägt war. Ob nun direkt auf die Wand, wie Gourdin und Müller im Deutschen Hygiene-Museum Dresden, oder an die Decke, wie vom büro uebele für die Fachhochschule Osnabrück konzipiert, Wegeleitung bezieht nicht nur den gesamten Raum mit ein, sondern auch das periphere Sehvermögen der Nutzer und erweitert damit das Blickfeld. Das trifft auch auf das zweite hier vorgestellte Projekt des büro uebele zu, das Orientierungssystem für das Salzburger Autohaus Pappas. Konsequenz in der thematischen Anspielung und symbiotisch räumlich – nahezu alle Informationen finden sich auf Leitplanken wieder.



Büro für Gestaltung  
Wangler & Abele  
Orientierungssystem / Wayfinding  
system, Centr City, Moskau/Moscow  
Koch + Partner, München/Munich  
2005

Of the five areas of communication design presented in this exhibition, wayfinding and signage systems have the most symbiotic relationship to the third, spatial dimension. Such systems help us to find our way in three-dimensional environments, including public and semi-public buildings,

towns, cities and landscapes – but also and increasingly in virtual, non-physical realms, above all when there are no natural points of reference to guide us such as daylight or compass points. They give us direction when we cannot orient ourselves with the aid of familiar or recognisable elements, or when we lose track of where we are simply as a result of a building's immense size. One good example of how spatial orientation systems can be effectively applied is the visitor signage and information system designed by Wangler and Abele for the Centr-City multi-storey car park in Moscow.

In addition to the concepts of wayfinding and signage systems, the term 'information design' also crops up occasionally in this context. The connection is obvious, given that information design is primarily concerned with the effective, comprehensible and user-centred presentation of information – not only but especially in public spaces. The agency unit-design, for example, describes the signage systems it designed for the T-Mobile Campus in Bonn and the Lufthansa Aviation Center in Frankfurt a.M. as information design. The term 'signage', referring both to actual signs and entire wayfinding systems, is increasingly being used; besides describing the physical act of signposting – in towns, cities, streets or buildings – it now also appears in descriptive compounds such as 'retail signage' or 'digital signage', referring to the kind of content with which (advertising) displays as well as electronic traffic and wayfinding systems can be individually programmed and controlled. The preoccupation with issues such as the effect of digital applications on actual spatial experience, in other words the investigation of how physical space can be represented in an abstract way, is nowadays sometimes described as 'environmental design'. The design agency Moniteurs with its POI (Points of Interest) project, which deals with the application of electronic media to wayfinding systems, deserves particular mention here.

Size and colour are crucial elements of effective wayfinding in physical environments. For a sign to fulfil its purpose, it must be visible from afar and identifiable in good time, even if it is often repeated on a different scale at close range. The wayfinding system designed by L2M3 for Kreissparkasse Ludwigsburg proves that this can also, and perhaps best, be achieved by playing with perspective. Here, distortion has been used so that floor numbers and stairwell markings are only perceived as typographic characters when viewed from a single point, and become free forms again when the staff member or customer has reached their destination. This also illustrates another important feature of good spatial orientation systems, namely the integration of regional or topical references: Ludwigsburg is regarded as one of the most important German towns of the Baroque era, a period when wall and ceiling painting was characterised, among other things, by size, drama, movement and transformability.

Whether a wayfinding system is applied directly onto the wall, as conceived by Gourdin und Müller for the Deutsches Hygiene-Museum in Dresden, or even the ceiling, as designed by büro uebele for the University of Applied Sciences in

Osnabrück, its design can incorporate not only the entire space but also the users' peripheral vision, thus expanding the field of vision. This applies to the second project by büro uebele presented here, which involves a wayfinding system for Autohaus Pappas in Salzburg. Here, a consistent thematic link and a symbiotic spatial association are formed by presenting virtually all the information required by visitors on the crash barriers.



Beate Gerner, Andreas Uebele  
Orientierungssystem /  
Wayfinding system  
Autohaus Pappas, Salzburg, 2006



L2M3  
Leitsystem/Signage system  
Kreissparkasse, Ludwigsburg, 2007