

Universität Zürich
Deutsches Seminar
Proseminar: Internetkommunikation
Dr. Eva Lia Wyss
WS 2000/01

ICONS UND IKONISCHE ZEICHEN IN ONLINE-SHOPS

SCHWERPUNKT:
WARENKORB/EINKAUFSWAGEN-ICON

Stefan Damiano
Moosstrasse 5
8952 Schlieren

27. März 2001

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Was sind Icons? Was sind ikonische Zeichen?	3
3. Icons und ikonische Zeichen in Online-Shops	5
3.1. Icons	5
3.1.1. Icons symbolischer Natur	5
3.1.2. Icons ikonischer Natur	7
3.1.3. Mischformen	8
3.2. Ikonische Zeichen	9
4. Schlusswort	10
5. Bibliographie	10

1. Einleitung

Im Zeitalter der globalen Vernetzung haben immer mehr Menschen aus den verschiedensten Ländern Internet-Zugang. Lange nicht alle sprechen genügend englisch – oder in unserem Fall deutsch – um eine Web-Site in der betreffenden Sprache verstehen zu können. Um möglichst keine Verständigungsschwierigkeiten aufkommen zu lassen, ist es deshalb wichtig, dass gerade Organisationen und Firmen, die sich an ein internationales Publikum richten, dieser Tatsache Rechnung tragen und entsprechende Vorkehrungen treffen. So ist es ratsam, sich an ein Minimum an vorzugsweise englischem Text zu halten und viel Gewicht auf die verständliche Gestaltung der Web-Site zu legen. Ikonische Zeichen und Icons bieten hierbei eine grosse Hilfe.

In der vorliegenden Arbeit sollen nun solche Icons und ikonische Zeichen in Online-Shops unter die Lupe genommen werden. Wie wir gleich sehen werden, erweist sich schon die Begriffszuordnung als schwierig. Was sind Icons? Wo liegen die Unterschiede zu ikonischen Zeichen? Zunächst soll im Folgenden auf diese Fragen eingegangen werden. In einem zweiten Teil werden Icons von zwei Schweizer Internet-Supermärkten miteinander verglichen und einige ikonische Zeichen vorgestellt. Dabei wird der Schwerpunkt auf das Warenkorb/Einkaufswagen-Icon gelegt.

2. Was sind Icons? Was sind ikonische Zeichen?

Von Ch. S. Peirce (1839-1914) stammt eine Einteilung von Zeichen, die für die vorliegende Arbeit von Bedeutung ist. Ausgehend von der Art ihres Bezugs auf den durch sie bezeichneten Gegenstand nennt er drei Typen von Zeichen: Index, Ikon und Symbol.

Ein Zeichen ist dann ein Index, wenn es in einem Folgeverhältnis zum Bezeichneten steht. Indexikalische Zeichen lassen also als Folge von etwas Rückschlüsse auf eine Ursache zu. So lassen zum Beispiel Rauch auf Feuer, Torkeln auf Trunkenheit, hochgezogene Augenbrauen auf Erstaunen schliessen.

Beim Ikon beruht die Beziehung zum bezeichneten Gegenstand auf einem Abbildverhältnis, also auf Ähnlichkeiten. Diese können sowohl optischer als auch

lautlicher Natur sein. Ein schönes Beispiel für ikonische Zeichen im Alltagsgebrauch ist der Strassenverkehr: Viele Schilder warnen vor eventuellen Gefahrensituationen, indem sie in stilisierter Form Dinge abbilden, durch die bestimmte Gefahren verursacht werden könnten. Man denke nur an das Schild, das vor Schulkindern warnt, die vielleicht plötzlich die Strasse überqueren.

Im Unterschied zum Index und zum Ikon besteht beim Symbol keine natürliche Verbindung zwischen Zeichen und Bezeichnetem. Die Zuordnung beruht folglich auf Konvention. So gibt es beispielsweise keinen erkennbaren Zusammenhang zwischen einem auf dem Kopf stehenden weiss-roten Dreieck und der Bedeutung „kein Vortritt“. Bei den Symbolen hat man sich also darauf geeinigt, dass mit bestimmten Formen bestimmte Bedeutungen assoziiert werden sollen.

Wenn man von Icons in Verbindung mit dem Computer spricht, denkt man nicht in erster Linie an die Semiotik.

The small pictorial symbols used on computer menus, windows, and screens are icons. They represent certain capabilities of the system and can be animated to bring forth these capabilities for use by the operator. In the computer industry, the term *icon* is often used as a synonym for any small visual symbol.¹

Der Begriff wird in der Computerindustrie also sehr viel weiter gefasst als in der Sprachwissenschaft. Wenn William Horton hier von Symbolen spricht, dann denkt er nicht an die linguistische Einteilung der Zeichen nach Peirce. Für ihn sind Symbole Sinnbilder, mit deren Hilfe bei der Gestaltung von Computerprogrammen und Web-Sites Platz gespart werden kann, indem sie überall dort verwendet werden, wo eine Beschriftung benötigt würde. Linguistisch betrachtet können sie sowohl symbolischer als auch ikonischer Natur sein.

Wenn im Folgenden von Icons gesprochen wird, so sind immer Zeichen gemeint, die bestimmte Fähigkeiten des Systems repräsentieren und aktiviert werden können. Demgegenüber wird für ikonische Zeichen im linguistischen Sinn der Begriff Ikon verwendet.

Gute Icons und ikonische Zeichen tragen zur Übersicht auf dem Bildschirm bei, indem sie – im Gegensatz zu Beschriftungen – dank ihrer charakteristischen Form vom Anwender schnell zu finden sind. Ausserdem ermöglichen einfache Icons und ikonische

¹ Horton, William: *The Icon Book. Visual Symbols for Computer Systems and Documentation*, John Wiley & Sons, Inc., New York 1994, S. 2.

Zeichen auch Anwendern mit Leseschwächen Zugang zu Computerprogrammen und Web-Sites.

3. Icons und ikonische Zeichen in Online-Shops

Online-Shops stellen einen Bereich des World Wide Web dar, in welchem Icons und ikonische Zeichen rege genutzt werden. Im Folgenden werden ein paar von ihnen näher betrachtet und analysiert. Die Wahl der verschiedenen Online-Shops beruht nicht auf dem Zufallsprinzip: Sie wurde vom Angebot der Icons und ikonischen Zeichen auf der jeweiligen Web-Site abhängig gemacht..

3.1. Icons

Eine Gemeinsamkeit der untersuchten Icons besteht darin, dass alle in irgendeiner Weise von Text unterstützt werden, sei es durch eine immer sichtbare Beschriftung oder sei es durch Kommentarfelder, die erscheinen, sobald der Mauszeiger über das Icon fährt.

3.1.1. Icons symbolischer Natur

Grundlegende Voraussetzung dafür, dass man online einkaufen kann, ist natürlich die Registrierung der Kundendaten. Bei einigen Online-Anbietern muss dies nicht gleich am Anfang geschehen, erst kurz vor Abschicken der Bestellung wird die Anmeldung wichtig. Versucht man aber beispielsweise im Migros Online-Shop² als nicht eingetragener Kunde ein Produkt in den Warenkorb zu legen, wird man von einem Fenster aufgefordert, sich zuerst registrieren zu lassen. Und sogleich begegnet man dem ersten Icon symbolischer Natur: Das in Migros-Orange gehaltene eingekreiste R³

² www.migros-shop.ch

³ 

verweist auf „Registrierung“ oder englisch „Registration“. Interessanterweise haben die Webmaster den Begriff „Anmelden“ für die Beschriftung des Icons gewählt, ein Wort also, das nicht mit R beginnt. Morphologisch betrachtet lässt sich dieses Icon also in zwei Morpheme unterteilen: Die Farbe Orange trägt die Bedeutung „Migros“, der Buchstabe R weist auf „Registrierung“ hin. Der Kreis – und dies gilt für alle Icons auf www.migros-shop.ch – dient wohl nur der graphischen Darstellung und kann demnach vom morphologischen Gesichtspunkt aus vernachlässigt werden. Klickt man das Icon an, wird ein Formular geladen, auf dem die Benutzerinnen ihre Daten eintragen können. Die Übertragung derselben erfolgt ebenfalls per Mausklick, doch steht den Kunden diesmal kein eingekreistes R mehr zur Verfügung, sondern lediglich zwei Buttons mit den Beschriftungen „Anmelden“ und „Abbrechen“.

Auch ein anderes Icon symbolischer Natur lässt sich auf der Eingangsseite zum Migros Online-Shop ausmachen. Ein für „Information“ stehendes kleines I⁴ – ebenfalls in Orange gehalten und eingekreist – lädt die Besucherin ein, sich durch Anklicken des Icons näher über das Online-Angebot zu informieren. Mit der Beschriftung „Info“ wird die Motivierung für den gewählten Buchstaben sofort deutlich. Im Unterschied zum R für „Registrierung“ konnten die Webmaster hier auf ein Symbol zurückgreifen, das als Piktogramm schon weltweit Verwendung gefunden hat. Man denke nur an die Informationsschalter an Flughäfen und Bahnhöfen.

So verwundert es denn auch nicht weiter, wenn man dem besagten Symbol im World Wide Web häufig begegnet. Wie im Migros Online-Shop hat man beispielsweise auch bei LeShop.ch⁵ die Möglichkeit, Icons ikonischer Natur anzuklicken, um nähere Informationen über die angebotenen Produkte zu erhalten. Doch Le.Shop.ch stellt zusätzlich ein von der Beschriftung „+Info“ begleitetes Informations-Icon⁶ zur Verfügung. Es handelt sich hierbei um ein weisses I auf einem blau gefüllten Kreis. Die Wahl der Farben lässt darauf schliessen, dass sich die Webmaster stark an die oben erwähnten Piktogramme gehalten haben, zumal die Farbe Blau nicht im Firmenlogo von LeShop.ch erscheint, wie es bei der Migros und der Farbe Orange der Fall ist. Somit ist in diesem Icon der Buchstabe I die einzige bedeutungstragende Einheit.

⁴ 

⁵ www.le-shop.ch

⁶ 

3.1.2. Icons ikonischer Natur

Der Einkaufswagen ist im Bereich des Online-Shoppings natürlich ein weit verbreitetes Icon ikonischer Natur. Häufig wird er von ein und demselben Anbieter zu verschiedenen Zwecken verwendet. So ist er im Migros Online-Shop schon auf der Eingangsseite gleich zweimal zu finden. Auf den ersten Blick unterscheiden sich die beiden Einkaufswagen nur in der Fahrtrichtung, ansonsten scheinen sie identisch zu sein: ein blauer Drahtkorb, mit kleinen Rädern verbunden, von einem orangefarbenen Kreis eingefasst⁷. Der Hauptunterschied liegt jedoch in den Bedeutungen, welche die zwei Icons tragen und die nur mit Hilfe der Beschriftungen deutlich werden. Während der nach rechts gerichtete Wagen zum Surfen im Shop mit späterer Möglichkeit zur Anmeldung auffordert, wendet sich der nach links gerichtete an bereits registrierte Kunden. Durch Klicken auf das zuerst genannte Icon gerät man also direkt in den virtuellen Laden. Allerdings ist damit noch kein Einkauf möglich, wie das Kommentarfeld „Shopping“ vermuten lässt, das erscheint, wenn der Mauszeiger über das Icon fährt. Für eigentliches Shopping ist die Registrierung unumgänglich. Klickt man das Icon für bereits registrierte Kunden an, wird ein Formular geladen, auf dem der Benutzer seinen Benutzernamen und das dazugehörige Passwort angeben kann. Auf diese Weise benötigt man also zwei Schritte, um in den Shop zu gelangen.

Einmal angekommen sieht sich die Benutzerin wiederum mit zwei Icons konfrontiert, die diesmal graue Einkaufswagen darstellen⁸. Erneut können abgesehen von der Grösse und den Beschriftungen keine Unterschiede festgestellt werden. Wenn der Mauszeiger über die Icons fährt, also jedesmal kurz vor Anklicken derselben, findet eine minime Veränderung ihres Aussehens statt: Der für „Warenkorb anzeigen“ stehende Einkaufswagen wird orangefarben⁹, im „in den Warenkorb legen“ bedeutenden erscheint ein Haken, ebenfalls in Orange¹⁰. Das zuletzt genannte Icon ist also nicht rein ikonischer Natur, vielmehr haben wir es mit einer Mischform der beiden bis jetzt



besprochenen Iconarten zu tun. Ich werde also erst im folgenden Kapitel näher darauf eingehen. Beim zuerst erwähnten Icon soll die optische Veränderung anzeigen, dass das Icon aktiviert ist: Bei nicht registrierten Kundinnen bleibt der Einkaufswagen grau.

Im Zusammenhang mit dem Einkaufswagen-Icon fällt auf, dass ein grosser Teil von Online-Shops zwar Einkaufswagen abbildet, diesen aber stets als Warenkorb bezeichnet. Eigentliche Warenkorb-Icons wie auf www.pfeifen-huber.de¹¹ sind demgegenüber auf deutschsprachigen Seiten relativ selten zu finden.

3.1.3. Mischformen

Auch LeShop.ch macht vom Einkaufswagen-Icon Gebrauch. So muss man ein solches anklicken, wenn man ein Produkt in den Einkaufskorb – so die Bezeichnung bei diesem Anbieter – legen will. Hierbei handelt es sich um eine Mischform von Ikon und Symbol. Über einem goldfarbenen Einkaufswagen befindet sich ein in den Wagen hinein gerichteter grüner Pfeil. Daneben steht – ebenfalls in grün – „+1“¹². Sowohl die Beziehung zwischen der Bedeutung „hinein“ und dem Pfeilzeichen, als auch jene zwischen der Bedeutung „eines mehr“ und dem mit einer Zahl kombinierten Pluszeichen beruht nicht auf einem Abbildverhältnis, wie dies beim Einkaufswagen der Fall ist, sondern auf Konvention. Sie ist also symbolischer Natur.

Der orangefarbene Haken im schon unter 3.1.2. erwähnten Icon (siehe dort für die Abbildung), scheint den Benutzerinnen auf www.migros-shop.ch das Einverständnis abringen zu wollen, sich das gewählte Produkt in den Wagen legen zu lassen. Das Zeichen lässt sich also auf zwei bedeutungstragende Einheiten aufteilen: Der Haken – ein von Lehrkräften häufig verwendetes Symbol – trägt die Bedeutung „ja“ bzw. „einverstanden“, der Einkaufswagen bedeutet „Warenkorb“. Im Unterschied zum Icon von LeShop.ch („eines mehr“ – „hinein“ – „Einkaufskorb“), muss der Kunde in der Migros („ja/einverstanden“ – „Warenkorb“) also einen grösseren Schritt unternehmen, um die exakte Bedeutung des Icons zu erfassen.

¹¹



¹²



Um den Inhalt des Warenkorbs wieder zu löschen, steht der Benutzerin auf www.le-shop.ch ein Icon zur Verfügung, das einen durchgestrichenen Einkaufswagen¹³ darstellt, der interessanterweise in Farbe und Form nicht mit demjenigen übereinstimmt, welcher die Bedeutung „dem Einkaufskorb beifügen“ trägt. Auch hier beruht das in Rot gehaltene Kreuz auf Konvention, es ist also nicht ikonischer Natur.

3.2. Ikonische Zeichen

Während die Webmaster des Migros Online-Shops nicht mit ikonischen Zeichen operieren, die nicht als Icons verwendet werden, findet man bei LeShop.ch einen Einkaufswagen, welcher der Kennzeichnung des leeren Einkaufskorbs dient¹⁴. Sein Aussehen stimmt in Form und Farbe mit demjenigen des oben besprochenen Löschi-Cons überein. Sobald man ein Produkt in den Korb legt, verschwindet das Ikon, um der Bezeichnung des Artikels Platz zu machen.

Zwei andere ikonische Zeichen übernehmen auf der Web-Seite, welche die Kontaktaufnahme mit dem Kundendienst von www.le-shop.ch zum Thema hat, die grafische Darstellung. Neben der Telefonnummer ist die Abbildung eines Telefonapparats¹⁵ zu sehen, das E-Mail-Ikon besteht aus einem adressierten und frankierten Briefumschlag, der teilweise von einer Erdkugel und einer Hand verdeckt ist¹⁶. Morphologisch betrachtet kann man das Telefon-Ikon nicht weiter in bedeutungstragende Einheiten zerlegen, wie dies das E-Mail-Ikon zulässt: Trägt das Kuvert die Bedeutung „Brief“, möchte der Globus wohl auf die internationale Note des Internets hinweisen. Fraglich bleibt die Bedeutung der abgebildeten Hand. Ist sie die Überbringerin des E-Mails? Dazu müsste sie den Brief wohl festhalten. Weist sie die



Richtung zum Empfänger? Oder symbolisiert der ausgestreckte Zeigefinger die Einfachheit der Computertechnologie („Brief per Knopfdruck“)?

4. Schlusswort

In dieser Arbeit wurde versucht, eine komplexe Thematik in einem eher bescheidenen Umfang abzuhandeln. Dass dies nur mit grossen Einschränkungen vonstatten gehen kann, war von vornherein klar. Deshalb sei hier nochmals darauf hingewiesen, dass die vorgestellten Icons und ikonischen Zeichen nur eine Auswahl darstellen von der Zeichen-Palette der beiden Online-Shops. Würde man weitere Online-Anbieter zum Vergleich heranziehen, wüchse die Palette ins Unermessliche. Es wäre denn auch ein Ding der Unmöglichkeit, einen kompletten Überblick über die im Internet zu findenden Icons und ikonischen Zeichen geben zu wollen.

5. Bibliographie

Frutiger, Adrian: *Der Mensch und seine Zeichen*, Fourier Verlag GmbH, Wiesbaden/Paris 1978.

Horton, William: *The Icon Book. Visual Symbols for Computer Systems and Documentation*, John Wiley & Sons, Inc., New York 1994.

Linke, Angelika; Nussbaumer, Markus; Portmann, Paul R.: *Studienbuch Linguistik*, Max Niemeyer Verlag GmbH & Co. KG, 3. Aufl., Tübingen 1996.

Runkehl, Jens; Schlobinski, Peter; Siever, Torsten: *Sprache und Kommunikation im Internet*, Westdeutscher Verlag GmbH, Opladen/Wiesbaden 1998.

Salberg-Steinhardt, Barbara: *Die Schrift: Geschichte – Gestaltung – Anwendung*, DuMont, Köln 1983.