

Similarity

Einführung

Similarity ist ein Gestaltprinzip und beschreibt, dass Elemente mit ähnlichen visuellen Eigenschaften von Usern als zusammengehörig wahrgenommen werden. Solche Ähnlichkeiten können sich auf Farbe, Form, Größe, Ausrichtung, Schriftstil oder andere gestalterische Merkmale beziehen. Wenn mehrere Elemente gleich oder sehr ähnlich aussehen, entsteht schnell der Eindruck, dass sie dieselbe Funktion haben oder zu derselben Gruppe gehören.

Für die Gestaltung digitaler Produkte ist dieses Prinzip besonders wichtig, weil User Oberflächen nicht nur über Texte und Inhalte verstehen, sondern auch über visuelle Muster. Ähnlichkeit schafft Ordnung, erleichtert Orientierung und hilft dabei, wiederkehrende Funktionen schneller zu erkennen. Gleichzeitig kann sie zu Missverständnissen führen, wenn Elemente ähnlich gestaltet sind, obwohl sie sich in Bedeutung oder Funktion unterscheiden.

Warum ist das relevant?

Digitale Oberflächen enthalten oft viele Informationen und Interaktionselemente. User können diese nicht jedes Mal vollständig neu analysieren. Stattdessen verlassen sie sich auf erkennbare Muster. Wenn bestimmte Elemente gleich gestaltet sind, entsteht die Erwartung, dass sie sich auch gleich verhalten. Diese Erwartung ist für eine flüssige Nutzung sehr hilfreich, weil Entscheidungen schneller getroffen werden können.

Similarity erklärt, warum konsistente Gestaltung ein zentraler Bestandteil guter UX ist. Ein Interface wirkt verständlicher, wenn vergleichbare Inhalte auch vergleichbar aussehen. Umgekehrt wird eine Oberfläche anstrengend oder verwirrend, wenn Gleiches unterschiedlich gestaltet ist oder Unterschiedliches zu ähnlich wirkt. Das Prinzip betrifft damit nicht nur visuelle Harmonie, sondern direkt die Lesbarkeit und Vorhersagbarkeit eines Systems.

Genaues Prinzip

Das Prinzip besagt, dass User ähnliche Elemente automatisch gruppieren. Diese Gruppierung geschieht oft sehr schnell und ohne bewusste Analyse. Sobald mehrere Objekte dieselbe Farbe, dieselbe Form oder denselben Stil haben, wird eine Beziehung vermutet. Das kann sehr nützlich sein, weil so Strukturen sichtbar werden, ohne dass sie ausführlich erklärt werden müssen.

Für die Praxis bedeutet das, dass Ähnlichkeit gezielt eingesetzt werden sollte, um Zusammenhänge zu verdeutlichen. Buttons derselben Art sollten ähnlich aussehen, wiederkehrende Navigationselemente sollten konsistent gestaltet sein und vergleichbare Inhalte sollten in derselben visuellen Sprache erscheinen. Gleichzeitig muss darauf geachtet werden, dass visuelle Ähnlichkeit nicht unbeabsichtigt falsche Zusammenhänge erzeugt.

Ausführliche Anwendungsbeispiele

Beispiel 1: Buttons und Handlungsoptionen

Ein besonders typisches Beispiel sind Buttons in Benutzeroberflächen. Wenn primäre Aktionen in einem System

immer mit derselben Farbe, Form und Größe gestaltet sind, lernen User schnell, welche Art von Handlung besonders wichtig ist. Ein deutlich gestalteter Hauptbutton signalisiert zum Beispiel, dass dies der empfohlene oder nächste Schritt ist.

Schwierig wird es, wenn unterschiedliche Aktionen visuell zu ähnlich gestaltet sind. Wenn etwa eine zentrale Aktion wie "Speichern" genauso aussieht wie eine weniger wichtige oder sogar riskante Aktion, fehlt die visuelle Differenzierung. Der User muss dann stärker über den Text arbeiten und kann sich weniger auf das Muster verlassen. Ebenso problematisch ist es, wenn dieselbe Art von Aktion in verschiedenen Bereichen unterschiedlich aussieht. Dann entsteht Unsicherheit darüber, ob die Elemente wirklich dieselbe Rolle haben.

Beispiel 2: Navigationselemente

In Menüs und Navigationen ist Similarity besonders wirksam. Wenn alle Navigationspunkte in derselben Schrift, Farbe und Ausrichtung erscheinen, erkennt der User schnell, dass sie zu einem gemeinsamen Navigationsbereich gehören. Das gilt auch für Unterpunkte, Tabs oder Seitenleisten. Die visuelle Gleichartigkeit schafft hier Orientierung, noch bevor Inhalte im Detail gelesen werden.

Verwirrend wird es, wenn ein einzelnes Element dieselbe Gestaltung wie ein Navigationspunkt trägt, tatsächlich aber eine andere Funktion hat, etwa eine Werbefläche, ein Hinweis oder eine externe Aktion. In diesem Fall kann Similarity zu einer falschen Erwartung führen. Der User interpretiert das Element als Teil der Navigation, obwohl es etwas anderes ist. Gute UX trennt solche Fälle deshalb bewusst durch klare visuelle Unterschiede.

Beispiel 3: Karten, Listen und wiederkehrende Inhaltselemente

Viele Anwendungen arbeiten mit Karten oder Listeneinträgen, etwa bei Produkten, Artikeln, Aufgaben oder Profilen. Wenn diese Inhalte in einer einheitlichen Form dargestellt werden, erkennt der User sofort, dass sie vergleichbare Objekte repräsentieren. Ein wiederkehrendes Layout mit gleichem Bildbereich, identischer Überschriftengröße und gleich positionierten Zusatzinformationen erleichtert das Scannen und Vergleichen.

Wenn einzelne Karten dagegen stark abweichend gestaltet sind, obwohl sie zur selben Kategorie gehören, wirkt die Übersicht schnell unruhig. Umgekehrt kann es ebenfalls problematisch sein, wenn unterschiedliche Inhaltstypen zu ähnlich aussehen. Dann fällt es schwer zu erkennen, ob es sich etwa um einen Artikel, eine Anzeige oder eine Empfehlung handelt. Similarity hilft also dabei, Ordnung zu schaffen, verlangt aber gleichzeitig saubere inhaltliche Trennung.

Beispiel 4: Statusanzeigen und Systemrückmeldungen

Auch bei Statusanzeigen spielt Similarity eine wichtige Rolle. Wenn Fehlermeldungen immer in einer bestimmten Farbe, mit einem bestimmten Symbol und in einer festen Form erscheinen, lernen User dieses Muster mit der Zeit. Dasselbe gilt für Erfolgsmeldungen, Warnungen oder Hinweise. Die Wiederholung ähnlicher Gestaltung sorgt dafür, dass Rückmeldungen schneller erkannt und richtig eingeordnet werden.

Problematisch wird es, wenn dieselbe Farbe oder derselbe Stil für unterschiedliche Bedeutungen genutzt wird. Wenn zum Beispiel Warnungen und neutrale Hinweise ähnlich gestaltet sind, kann der User ihre Wichtigkeit falsch einschätzen. Gerade bei Rückmeldungen ist konsistente Ähnlichkeit deshalb entscheidend, damit visuelle Signale zuverlässig verstanden werden.

Was für die Nutzung besonders wichtig ist

Aus Sicht des Users ist Similarity vor allem deshalb hilfreich, weil sie Orientierung ohne zusätzlichen Erklärungsaufwand schafft. Gute Oberflächen machen schnell erkennbar, welche Elemente zusammengehören, welche dieselbe Funktion haben und welche Rolle bestimmte visuelle Muster im System spielen. Dadurch sinkt der Aufwand für das Verstehen der Oberfläche. Nutzer müssen nicht jede Stelle neu interpretieren, sondern können auf bereits gelernte Muster zurückgreifen.

Similarity ist besonders wichtig in größeren Systemen mit wiederkehrenden Interaktionsformen. Je komplexer ein Produkt ist, desto wertvoller wird eine visuelle Sprache, die konsistent bleibt. Sie unterstützt nicht nur die erste Orientierung, sondern auch die langfristige Nutzung. Ein System wirkt dadurch verlässlicher, ruhiger und besser nachvollziehbar.

Typische Missverständnisse

Ein häufiges Missverständnis besteht darin, Similarity nur als rein ästhetisches Prinzip zu betrachten. Tatsächlich geht es nicht bloß darum, dass eine Oberfläche einheitlich aussieht. Es geht darum, dass visuelle Gleichheit Bedeutung transportiert. Ähnlichkeit erzeugt Erwartungen über Zugehörigkeit und Funktion.

Ein weiteres Missverständnis ist die Annahme, dass möglichst viel Gleichförmigkeit immer gut sei. Das stimmt nicht. Wenn zu viele unterschiedliche Dinge zu ähnlich aussehen, verliert die Oberfläche an Klarheit. Gute UX braucht daher nicht nur Ähnlichkeit, sondern auch gezielte Unterscheidung. Konsistenz und Differenzierung müssen zusammen gedacht werden, damit User verlässliche Muster erkennen können, ohne wichtige Unterschiede zu übersehen.

From:
<https://wiki.ct-lab.info/> - Creative Technologies Lab | dokuWiki

Permanent link:
<https://wiki.ct-lab.info/doku.php/extras:wissikon:media-design:ten-ux-laws:similarity?rev=1776758863>

Last update: **2026/04/21 08:07**

