

5 TOLLE

INFOGRAFIK DESIGN TRICKS

HCG

CORPORATE
DESIGNS

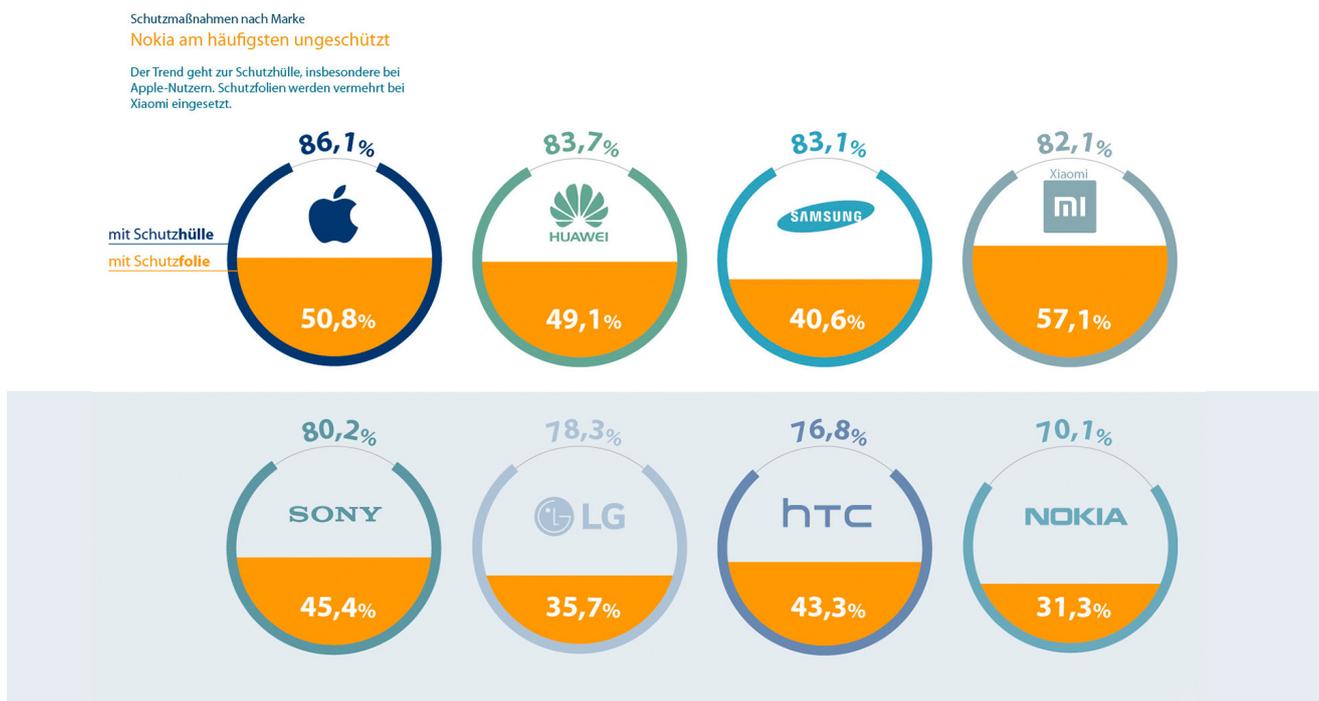
5 TOLLE INFOGRAFIK DESIGN TRICKS

WAS IST DIE 100%-BASIS?

Es gibt Zahlen, die in Summe 100% ergeben. Diese Zahlen stellt man am besten als Teil eines Ganzen dar. Dann gibt es Zahlen, die zusammengerechnet keine 100% ergeben. Solche Zahlen sollen natürlich auch im Verhältnis zueinander dargestellt werden, aber niemals als Teil einer 100%-Summe.

UNTERSCHIEDLICHE ZAHLEN IN EINER GRAFIK KOMBINIEREN

Manchmal ist es sinnvoll, mehrere komplett unterschiedliche Zahlen in einer Grafik darzustellen und sie thematisch sowie visuell zu kombinieren. Je mehr unterschiedliche Datensätze in eine Grafik fließen, desto komplexer natürlich. Ein Beispiel sehen Sie hier:



Diese Infografik ist Teil einer ganzen Infografik-Serie, die ich für den Handy-Reparatur-Marktplatz clickrepair designt habe. Die Konturen der Kreise zeigen wie viele Handynutzer - je nach Marke - ihr Handy mit einer Schutzhülle versehen (bei Apple zB 86,1%). Die orangenen Farbflächen *in* den Kreisen zeigen wie viele Handynutzer - wieder je nach Marke - ihr Handydisplay mit einer Schutzfolie versehen (bei Apple zB 50,8%). Hülle und Folie sind Schutzmaßnahmen für ein Handy, also ein Thema, in das zwei unterschiedliche Kennzahlen einfließen und was am besten in einer Grafik dargestellt werden sollte.

Es ist wichtig eine klare optische Trennung zwischen den unterschiedlichen Kennzahlen zu haben, sodass man die Zahlen innerhalb *eines* Datensatz sofort miteinander vergleichen kann. Gleichzeitig muss das Verhältnis zwischen den Zahlen aus unterschiedlichen Datensätzen auch erkennbar sein. Ein weiteres Beispiel sehen Sie hier:



Diese Infografik habe ich für die Minor Projektkontor für Bildung und Forschung gestaltet, gefördert von der Gleichbehandlungsstelle EU-Arbeitnehmer und der Beauftragten der deutschen Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration. Es geht um Kündigungsfristen, an die sich Arbeitgeber halten müssen. Es gibt zwei Zahlen, die in Zusammenhang stehen, aber nicht linear zueinander verlaufen: 20 Jahre Beschäftigungsdauer des Arbeitnehmers (rechts unten) sind als 20 dunkelgrüne Trapeze dargestellt. Wenn ein Arbeitnehmer 20 Jahre in einer Firma arbeitet, muss der Arbeitgeber bei einer Kündigung eine Frist von sieben Monaten einhalten (sieben Monate werden durch sieben hellere Kreise dargestellt). Zehn Beschäftigungsjahre (die Hälfte) heißt allerdings nicht dreieinhalb Monate, sondern hier sind es vier Monate Kündigungsfrist. Die Zahlen

verlaufen also nicht linear zueinander. Trotzdem kann man die unterschiedlichen Kündigungsfristen (symbolisiert durch die hellen Kreise) sehr schnell miteinander vergleichen. Gleichzeitig sieht man auch den Anstieg der Beschäftigungsjahre (die dunkelgrünen Trapeze) im Verhältnis dazu.

DESIGN FOLGT FUNKTION

Die Infografik muss so gestaltet sein, dass sie dem Einsatzzweck dient. Werden Infografiken für eine Social-Media-Kampagne gestaltet, so muss die Infografik so einfach und schnell verständlich wie möglich gestaltet sein; mit wenig Text und einer ausreichend großen Schrift. Ich teste dies stets auf Testaccounts auf zB Facebook, die nicht öffentlich sichtbar sind. Das Testen im echten Umfeld ist immer eine gute Idee.

Wenn die Infografik jedoch zB als großes Poster auf einer Messe ausgestellt wird, kann sie natürlich entsprechend aufwendiger und komplexer sein, weil sich die Messebesucher damit auch wesentlich länger beschäftigen als beim Scrollen durch Facebook.

FARBWAHL: MIT SCHATTIERUNGEN ARBEITEN

Eine gute Infografik kommt auch mit wenig Farben aus. Farbliche Unterschiede kann man beispielsweise mit verschiedenen Schattierungen erzielen. So sieht das in der Praxis aus: Ich habe einen Grünton, mische dann zehn, 20 oder 30% Weiß hinzu bzw. zehn, 20 oder 30% Schwarz, und schon habe ich mehrere Grüntöne, die harmonisch zusammenpassen und wunderbar in einer Infografik einsetzbar sind. Meiner Meinung nach sollte es max. fünf bis acht Farben geben. Besonders auffällige Farben eignen sich dann gut für bestimmte Highlights oder Überschriftenbalken um eine schnelle Navigation in der Infografik zu ermöglichen.



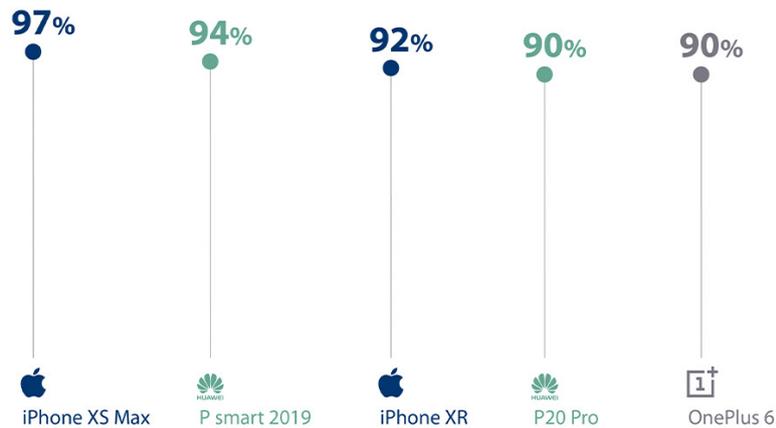
NICHT SICHTBARE UNTERSCHIEDE SICHTBAR MACHEN

Manchmal müssen Unterschiede in Daten sichtbar gemacht werden, obwohl diese Unterschiede nicht besonders groß sind. Ein Beispiel sehen Sie hier:

Wiederkaufwahrscheinlichkeit nach Gerät

Apple iPhone XS Max überzeugt fast immer

Klare Zahlen: Die geschätzte Wiederkaufwahrscheinlichkeit des Apple iPhone XS Max ist enorm hoch.

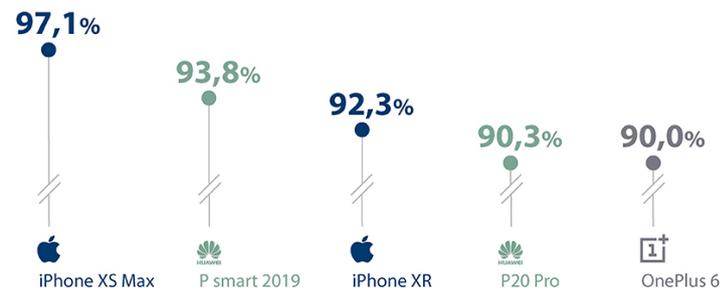


Dies ist eine weitere Infografik aus der vorhin schon erwähnten Studie von clickrepair. Dieses Mal geht's um die Wiederkaufwahrscheinlichkeit diverser Handymodelle. Die Unterschiede liegen hier zwischen 90 und 97%. Mit obiger Darstellung würden die Unterschiede jedoch nicht auffallen.

Wiederkaufwahrscheinlichkeit nach Gerät

Apple iPhone XS Max überzeugt fast immer

Klare Zahlen: Die geschätzte Wiederkaufwahrscheinlichkeit des Apple iPhone XS Max ist enorm hoch.

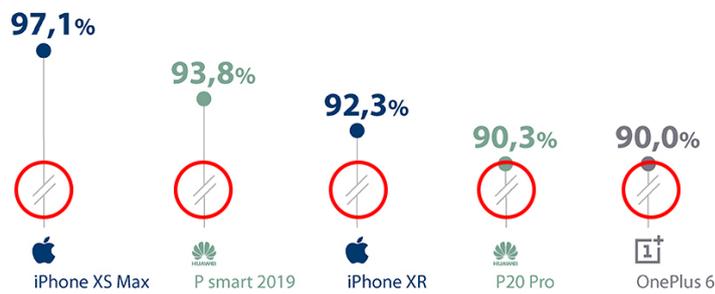


Wie hier oben dargestellt, habe ich die Grafik dann schlussendlich an den Kunden übergeben. Der Fokus liegt klar auf dem Bereich zwischen ca. 87 und 97%. Jedoch darf man die Balken nicht einfach so kürzen, das würde die Daten optisch verfälschen.

Wiederkaufwahrscheinlichkeit nach Gerät

Apple iPhone XS Max überzeugt fast immer

Klare Zahlen: Die geschätzte Wiederkaufwahrscheinlichkeit des Apple iPhone XS Max ist enorm hoch.



Wichtig ist das Symbol, das Sie oben in rot eingekreist sehen, das eine Unterbrechung der 100%-Linie aufzeigt. So weiß man, dass in den oberen Prozentbereich quasi hineingezoomt wird und die Unterschiede sind dadurch viel besser sichtbar.

HCG

CORPORATE DESIGNS

ÜBER DEN AUTOR

Hallo, mein Name ist Helene Clara Gamper. Ich bin Grafikdesignerin und glaube an die Kraft des „roten Fadens“ – wie er in meinem Logo illustriert ist. Ich helfe Firmen ihre visuelle Identität zu erschaffen, übersetze Daten in grafische Landschaften und helfe Verlagen ihre Magazine großartig aussehen zu lassen.

Ich wuchs in einer Verlegerfamilie auf. Vor ungefähr zehn Jahren begann ich meine Karriere im Kreativbereich und machte mich 2010 unter dem Namen HCG corporate designs selbstständig.



Seitdem habe ich für unterschiedlich große Firmen im deutschsprachigen Raum, aber auch aus anderen Ländern wie zB USA und Großbritannien, designt. Ich gestaltete Corporate-Design-Konzepte für Start-Ups, Editorial Designs für Verlage (Mediengestaltung), entwarf und implementierte Rich-Media-Magazine für Tablets und Smartphones und visualisierte komplexe Daten für tolle Infografiken.

Wenn ich designe, versuche ich immer den Charakter bzw. die Philosophie, die hinter den Firmen und den Produkten meiner Kunden steckt, zu verstehen. Diesen Charakter lasse ich in einen ganzheitlichen Design-Ansatz einfließen, der sich durch den gesamten Kreativ-Prozess zieht. Ich sehe es als wichtigen Teil meines Jobs als Designer an, mit meinen Kunden zusammenzuarbeiten und herauszufinden, was ihre Geschäftsidee bzw. ihre Produkte einzigartig und besonders macht. Denn nur so kann ich ein einzigartiges visuelles Konzept erstellen, durch das sich ein roter Faden bzw. ein stimmiges System zieht. Das finde ich sehr wichtig. Wenn Leute auf meine Designs reagieren und mit ihnen interagieren – und meine Kunden mir davon berichten: das zaubert mir ein Lächeln aufs Gesicht.

Manche meiner Kunden sagen, dass sie meine Flexibilität und Transparenz besonders schätzen. Ich glaube, offen und geradlinig mit Kunden zu kommunizieren, ist eine Frage der Fairness und des Respekts und trägt zu einer positiven und erfolgreichen Zusammenarbeit bei.

Wenn ich nicht designe, mache ich gerne Sport, bin in der Natur oder auf Reisen. Ich finde es sehr inspirierend unterschiedliche Länder zu sehen, neue Dinge auszuprobieren oder neue Rezepte mit exotischen Gewürzen, die ich in den verschiedensten Winkeln der Erde gekauft habe, zu kochen.

Ich lebe im wunderschönen Innsbruck, Österreich, der sogenannten „Capital of the Alps“. Die herrliche Landschaft inspiriert mich jeden Tag aufs Neue.

Sie möchten mir etwas mitteilen?
Ich freue mich von Ihnen zu hören.

DESIGNS FÜR DIGITAL UND PRINT

