

## **Der Blick aufs Wesentliche**

### **Infografiken bereichern die Unternehmenskommunikation**

von Dorothee Pilavas

**Was haben wir uns nicht alle schon geärgert über unsinnige Bedienungsanleitungen oder verwirrende Wegbeschreibungen. Es ist eben nicht einfach, Botschaften klar rüberzubringen. Und manchmal stößt selbst der beste Text an seine Grenzen, wenn es um die Darstellung komplexer Zusammenhänge geht. Hier können Informationsgrafiken Klarheit schaffen und auf kreative Weise zum Verständnis beitragen.**

Infografiken können aber noch viel mehr, als uns beim Aufbau von Regalen zu helfen oder den Weg zum Italiener zu weisen. Sie sind das ideale Medium, wenn es darum geht, große Informationsmengen schnell, umfassend und einprägsam zu vermitteln oder komplexe Abläufe zu verdeutlichen. Sie vereinen Text, Illustration und wenn gewünscht auch Fotos zu einem Gesamtbild, das den Blick aufs Wesentliche lenkt. So eignen sie sich für die kreative Darstellung von Statistiken, Organisationsstrukturen oder Funktionsabläufen und können als Piktogramme auch rein visuelle Botschaften vermitteln.

#### **Infografiken treffen klare Aussagen**

Die Visualisierung von Informationen erfordert klare, eindeutige Aussagen, die auf den ersten Blick zu erfassen sind und beim Betrachter entsprechende Emotionen wecken. Die primäre Aussage der Grafik „Leselust“ lautet: Deutsche lesen gerne Krimis und am liebsten auf dem Sofa. Eine eingehende Betrachtung der Grafik ermöglicht ein differenzierteres Bild der Vorlieben beim Bücherlesen, das sich durch die klar strukturierte Statistik schnell erschließt. Doch vor allem die starke, emotionale Botschaft des ersten Eindrucks wird sich beim Leser auf Dauer einprägen.

#### **Infografiken als Eye-Catcher**

Was entscheidet darüber, welcher Artikel einer Publikation gelesen wird? Was fördert das Interesse für ein Thema? Die Universität Dortmund hat untersucht, welche verschiedenen Gestaltungselemente auf einer Zeitungsseite die Aufmerksamkeit von Jugendlichen erregen. Das Ergebnis: Ein buntes Layout, starke Bildmotive, unterhaltsam geschriebene Texte und Infografiken schaffen aktive Leseanreize. Und das mit nachhaltiger Wirkung. 90 Prozent der Jugendlichen, die sich eine Infografik anschauten, lasen danach auch den dazugehörigen Text. Infografiken sind also nicht nur Eye-Catcher, sie passen auch perfekt in unsere multimediale Welt. Denn sie sprechen besonders die junge Generation von Medienkonsumenten an, die es gewohnt ist, Informationen parallel über mehrere Kanäle aufzunehmen.

## **Infografiken als modernes Element des Corporate Design**

Zeitungsredakteure und Magazinmacher haben die Infografik deshalb schon lange als Bereicherung ihrer Berichterstattung entdeckt. In der PR wird sie dagegen noch weitgehend vernachlässigt. Dabei ist sie ein aufmerksamkeitsstarkes Element im Media-Mix der internen und externen Kommunikation. Insbesondere dann, wenn sie an das Corporate Design des Unternehmens angepasst wird. Die Grafik „Leselust“ könnte zum Beispiel von einem Verlagshaus eingesetzt werden, das sein Krimiprogramm ausweitete und diese Unternehmensentscheidung mit Daten über das Konsumverhalten seiner Zielgruppe untermauern will. Journalisten bewerten diese Hintergrundinformation über die Vorlieben beim Bücherlesen als Zusatznutzen und verwenden die Grafik vielleicht in ihrer Berichterstattung. Die Gestaltung im CD des Verlagshauses weist dabei dezent auf den Absender der Information.

## **Infografiken haben Zukunft**

Auch Geschäftsberichte, Imagebroschüren und Internet-Auftritte können mit statischen oder animierten Infografiken aufgewertet werden. Wichtig sind dabei eine treffende Auswahl der Inhalte, eine klare Formulierung der Botschaft, eine stimmige grafische Umsetzung sowie eine aussagestarke Illustration. Um dies zu erreichen, ist sowohl journalistisches als auch grafisches Können gefragt. Von der Konzeption bis hin zur Fertigstellung ist deshalb eine enge Kooperation von Redaktion und Grafik von Vorteil. Weil Infografiken effizient sind, einen klaren Mehrwert bieten, Botschaften wirkungsvoll transportieren und in die moderne Medienlandschaft passen, werden sie in der PR künftig sicherlich mehr an Bedeutung gewinnen.

10. Oktober 2007

---

### Informationen zur Grafik:

Die Grafik „Leselust“, auf die sich der Artikel bezieht, steht zusammen mit dem Artikel zum kostenlosen Download unter [www.informations-grafik.de](http://www.informations-grafik.de) zur Verfügung. Die Grafik wird sowohl als zweispaltige Pressegrafik als auch als Magazingrafik mit der Möglichkeit zur freien Einbindung ins Layout angeboten.

### Informationen zur Autorin:

Dorothee Pilavas ist freie Journalistin und betreut seit mehr als zehn Jahren Unternehmen bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Zusammen mit der Infografikerin Sonja Heller bietet sie seit Kurzem den Infografikdienst „Pilavas und Heller“ an. Beide können auf jahrelange Erfahrungen bei GLOBUS Infografik, Deutschlands größter Agentur für Infografik, zurückgreifen.

### **Artikel und Infografik frei zum Abdruck**

Kontakt: Dorothee Pilavas, INFOGRAFIK Pilavas und Heller  
Tel. 0231-337822, E-Mail: [pilavas@informations-grafik.de](mailto:pilavas@informations-grafik.de)