

# Inhaltsverzeichnis

|   |           |
|---|-----------|
| Vorwort .....   | XIII      |
| Danksagungen .....  | XV        |
| Über die Autorin .....  | XVII      |
| <b>Einführung .....</b>   | <b>1</b>  |
| Schlechte Grafiken gibt es überall .....                                | 1         |
| Ein gutes Storytelling mit Daten entwickeln wir nicht automatisch ..... | 2         |
| Für wen dieses Buch geschrieben wurde .....                             | 6         |
| Wie ich gelernt habe, mit Daten Geschichten zu erzählen .....           | 8         |
| Wie Sie lernen können, mit Daten Geschichten zu erzählen .....          | 11        |
| Illustrative Beispiele aus vielen Branchen .....                        | 11        |
| Die Lektionen beziehen sich nicht auf bestimmte Werkzeuge .....         | 12        |
| Wie dieses Buch strukturiert ist .....                                  | 12        |
| <b>Kapitel 1: Der Kontext ist wichtig .....</b>                         | <b>17</b> |
| Erforschende und erklärende Analyse .....                               | 17        |
| Wer, was und wie .....  | 18        |
| Wer .....   | 18        |
| Ihr Publikum .....  | 18        |
| Sie .....   | 19        |
| Was .....   | 19        |
| Handlung .....  | 19        |
| Methodik .....  | 21        |
| Ton .....   | 23        |
| Wie .....   | 23        |
| Wer, was und wie: dargestellt an einem Beispiel .....                   | 24        |
| Den Kontext klären: hilfreiche Fragen .....                             | 25        |

|  |           |
|--|-----------|
| Die 3-Minuten-Geschichte und die Große Idee . . . . .          | 26        |
| Die 3-Minuten-Geschichte . . . . .                             | 26        |
| Die Große Idee . . . . .                                       | 26        |
| Storyboarding . . . . .  | 28        |
| <br>   |           |
| <b>Kapitel 2: Die Auswahl einer effektiven Darstellung . .</b> | <b>31</b> |
| Einfacher Text . . . . .                                       | 33        |
| Tabellen . . . . .   | 34        |
| Heatmap . . . . .  | 36        |
| Diagramme . . . . .  | 37        |
| Punkte . . . . .   | 37        |
| Streudiagramm . . . . .  | 37        |
| Linien . . . . .   | 39        |
| Liniendiagramm . . . . .                                       | 39        |
| Steigungsdiagramm . . . . .                                    | 40        |
| Balken . . . . .   | 42        |
| Vertikales Balkendiagramm . . . . .                            | 46        |
| Gestapeltes vertikales Balkendiagramm . . . . .                | 47        |
| Wasserfalldiagramm . . . . .                                   | 47        |
| Horizontales Balkendiagramm . . . . .                          | 49        |
| Gestapeltes horizontales Balkendiagramm . . . . .              | 50        |
| Flächendiagramm . . . . .                                      | 51        |
| Andere Formen von Diagrammen . . . . .                         | 51        |
| Was vermieden werden sollte . . . . .                          | 52        |
| Tortendiagramme sind nutzlos . . . . .                         | 53        |
| Nutzen Sie kein 3D . . . . .                                   | 56        |
| Ein zweite y-Achse: im Allgemeinen keine gute Idee . . . . .   | 57        |
| <br>   |           |
| <b>Kapitel 3: Wirrwarr ist Ihr Feind! . . . . .</b>            | <b>61</b> |
| Kognitive Belastung . . . . .                                  | 61        |
| Wirrwarr . . . . .   | 62        |
| Gestaltprinzipien der visuellen Wahrnehmung . . . . .          | 63        |
| Nähe . . . . .   | 63        |
| Ähnlichkeit . . . . .  | 64        |
| Umrandung . . . . .  | 64        |
| Form . . . . .   | 65        |
| Kontinuität . . . . .  | 66        |

|   |            |
|---|------------|
| Verbindung . . . . .  | 67         |
| Fehlende visuelle Ordnung . . . . .   | 68         |
| Ausrichtung . . . . .   | 69         |
| Weißraum . . . . .  | 71         |
| Ungünstige Nutzung von Kontrasten . . . . .                                 | 72         |
| Entwirren: Schritt für Schritt . . . . .                                    | 76         |
| Schritt 1. Die Ränder des Diagramms entfernen . . . . .                     | 77         |
| Schritt 2. Gitternetzlinien entfernen . . . . .                             | 78         |
| Schritt 3. Datenmarker entfernen . . . . .                                  | 78         |
| Schritt 4. Die Bezeichnungen der Achsen anpassen . . . . .                  | 79         |
| Schritt 5. Die Daten direkt bezeichnen . . . . .                            | 80         |
| Schritt 6. Durchgehende Farben nutzen . . . . .                             | 80         |
| <br>  |            |
| <b>Kapitel 4: Die Aufmerksamkeit des Publikums lenken . . . . .</b>         | <b>83</b>  |
| Wir sehen mit unserem Gehirn . . . . .                                      | 83         |
| Ein kurze Einführung in das Gedächtnis . . . . .                            | 84         |
| Ikonisches Gedächtnis . . . . .   | 84         |
| Kurzzeitgedächtnis . . . . .  | 85         |
| Langzeitgedächtnis . . . . .  | 85         |
| Präattentive Merkmale zeigen uns, wohin wir schauen sollen . . . . .        | 86         |
| Präattentive Merkmale im Text . . . . .                                     | 89         |
| Präattentive Merkmale in grafischen Darstellungen . . . . .                 | 91         |
| Größe . . . . .   | 97         |
| Farbe . . . . .   | 98         |
| Farbe sparsam verwenden . . . . .   | 98         |
| Verwenden Sie Farben durchgehend . . . . .                                  | 100        |
| Denken Sie bei der Gestaltung an eine mögliche<br>Farbenblindheit . . . . . | 101        |
| Achten Sie auf die Stimmung, die eine Farbe vermittelt . . . . .            | 102        |
| Markenfarben: Sollen wir sie verwenden oder nicht? . . . . .                | 103        |
| Platzierung auf der Seite . . . . .   | 104        |
| <br>  |            |
| <b>Kapitel 5: Wie ein Designer denken . . . . .</b>                         | <b>107</b> |
| Affordanzen . . . . .   | 108        |
| Das Wichtige hervorheben . . . . .  | 109        |
| Ablenkungen entfernen . . . . .   | 111        |
| Eine klare Hierarchie der Information schaffen . . . . .                    | 115        |

|   |            |
|---|------------|
| Zugänglichkeit .....  | 117        |
| Nicht verkomplizieren .....                                   | 118        |
| Text ist Ihr Freund .....                                     | 119        |
| Ästhetik .....  | 123        |
| Akzeptanz .....   | 127        |
| <br>  |            |
| <b>Kapitel 6: Modellgrafiken .....</b>                        | <b>129</b> |
| 1. Modellgrafik: Liniendiagramm .....                         | 129        |
| 2. Modellgrafik: Benanntes Liniendiagramm mit Vorhersage ...  | 131        |
| 3. Modellgrafik: Gestapeltes 100-Prozent-Balkendiagramm ...   | 133        |
| 4. Modellgrafik: Die Anwendung positiv und negativ gestapel-  |            |
| ter Balken .....  | 135        |
| 5. Modellgrafik: Gestapeltes horizontales Balkendiagramm ...  | 137        |
| <br>  |            |
| <b>Kapitel 7: Lektionen im Geschichtenerzählen .....</b>      | <b>141</b> |
| Die Magie der Geschichten .....                               | 142        |
| Storytelling beim Theater .....                               | 142        |
| Storytelling im Film .....                                    | 143        |
| Storytelling mit Texten .....                                 | 145        |
| Die Geschichte entwerfen .....                                | 146        |
| Der Beginn .....  | 146        |
| Die Mitte .....   | 148        |
| Das Ende .....  | 149        |
| Die Erzählstruktur .....                                      | 149        |
| Der Erzählfluss: die Reihenfolge Ihrer Geschichte .....       | 150        |
| Das mündliche und schriftliche Narrativ .....                 | 152        |
| Die Kraft der Wiederholung .....                              | 153        |
| Methoden, um sicherzustellen, dass die Geschichte klar formu- |            |
| liert ist .....   | 155        |
| Horizontale Logik .....                                       | 155        |
| Vertikale Logik .....   | 156        |
| Das umgekehrte Storyboard .....                               | 157        |
| Eine frische Perspektive .....                                | 157        |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Kapitel 8: Der Prozess des Storytelling mit Daten<br/>als Ganzes</b> .....            | 161 |
| 1. Lektion: Den Kontext verstehen .....  | 162 |
| 2. Lektion: Eine angemessene Darstellung wählen .....                                    | 163 |
| 3. Lektion: Wirrwarr vermeiden .....   | 166 |
| 4. Lektion: Die Aufmerksamkeit unseres Publikums an den<br>gewünschten Ort lenken .....  | 167 |
| 5. Lektion: Wie ein Designer denken .....  | 169 |
| 6. Lektion: Eine Geschichte erzählen .....   | 170 |
| <br><b>Kapitel 9: Fallstudien</b> .....  | 177 |
| 1. FALLSTUDIE: Überlegungen zum Einsatz von Farbe auf<br>einem dunklen Hintergrund ..... | 177 |
| 2. FALLSTUDIE: Die Nutzung von Animationen in präsentier-<br>ten Grafiken .....          | 180 |
| 3. FALLSTUDIE: Die Logik der Reihenfolge .....   | 186 |
| 4. FALLSTUDIE: Strategien, um Spaghetti-Diagramme zu<br>vermeiden .....                  | 194 |
| Eine Linie nach der anderen hervorheben .....  | 195 |
| Räumlich trennen .....   | 197 |
| Ein kombinierter Ansatz .....  | 199 |
| 5. FALLSTUDIE: Alternativen für Tortendiagramme .....                                    | 200 |
| 1. Option: Die Zahlen direkt zeigen .....  | 202 |
| 2. Option: Einfaches Balkendiagramm .....  | 202 |
| 3. Option: Gestapeltes horizontales 100-Prozent-<br>Balkendiagramm .....                 | 203 |
| 4. Option: Steigungsdiagramm .....   | 204 |
| <br><b>Kapitel 10: Schlussgedanken</b> .....   | 207 |
| Nächste Schritte .....   | 207 |
| Tipp #1: Gute Kenntnis Ihres Grafikprogramms .....                                       | 208 |
| Tipp #2: Häufige Anpassungen und Feedback .....  | 210 |
| Tipp #3: Ausreichend Zeit für diesen Teil des Prozesses .....                            | 211 |
| Tipp #4: Inspiration durch gute Beispiele .....  | 212 |
| Tipp #5: Spaß haben und den eigenen Stil finden .....                                    | 214 |

|   |            |
|---|------------|
| Die Kompetenz für das Storytelling mit Daten in Ihrem Team<br>oder in Ihrer Organisation entwickeln . . . . . | 215        |
| Alle Mitarbeiter unterrichten . . . . .   | 215        |
| Einen Experten hinzuziehen . . . . .  | 216        |
| Diesen Teil des Prozesses auslagern . . . . .   | 217        |
| Ein kombinierter Ansatz . . . . .   | 217        |
| Ein kurzer Blick auf das Gelernte . . . . .   | 218        |
| <b>Bibliografie</b>   | <b>221</b> |
| <b>Sachverzeichnis</b> . . . . .  | <b>225</b> |