



# Illustrator

## *service*

### Szene & Trends

Mehr als bunte Balken – Infografik  
Marketing mit Informationen

### Tipps & Tricks

3-D-CAD-Daten-Import  
Raw-Dateien in Illustrator oder  
InDesign platzieren

### Praxis-Spezial

Qualität und Rechtssicherheit mit  
Bildagenturen  
OSX 10.6 und Illustrator

### Plug-ins

Scriptographer – das Mitmach-  
Plugin

# Mehr als bunte Balken – Infografik ist auf dem Vormarsch

Ihre letzte Blütezeit erlebte Infografik in den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts, vor allem in wissenschaftlichen und medizinischen Publikationen. Dann sah man lange nichts von ihr, bis Mitte der Achtziger Zeitschriften und Magazine angingen, mit Infografiken zu arbeiten. Ein Gespräch mit dem Infografiker Jan Schwochow über Trends und neue Aufgaben.



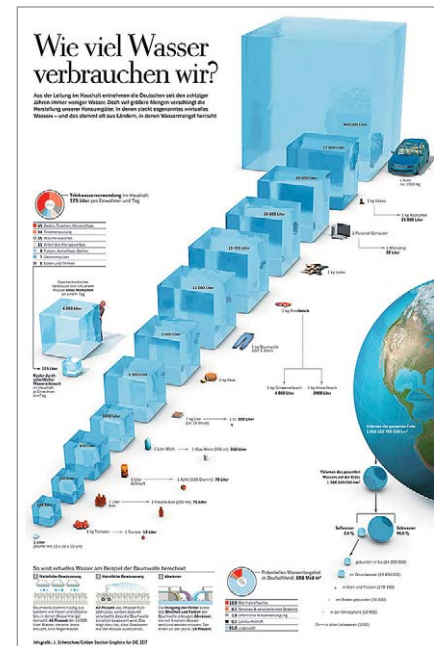
Jan Schwochow hat bald 15 Jahre Infografik-Erfahrung. Er war unter anderem Ressortleiter und Artdirector der Infografik-Abteilung beim Stern-Magazin, Artdirector für Infografik bei der Verlagsgruppe Milchstraße, für KircherBurkhardt hat er die Infografik-Abteilung aufgebaut und geleitet. Seine Agentur Golden Section Graphics ist fast regelmäßiger Preisträger bei den Malofej Awards der Society of News Design, gewann 2008 den ersten Platz beim dpa-infografik award und 2009 eine Auszeichnung des ADC.

Ein Meilenstein ist das grafiklastige Konzept der US-Zeitung USA Today, hier wird fast jede Meldung in grafische Form verpackt. In Deutschland war es der Focus, der Infografik ins Spiel brachte. Inzwischen sind die informativen Grafiken aus der Presse nicht mehr wegzudenken. Ansprechend waren die ersten News-Grafiken nicht: ein paar Balken, bunte Tortensegmente – das wars. Doch seit geraumer Zeit ist ein neuer Trend zu beobachten. Infografik ist schöner geworden. Und sie erobert sich Plätze jenseits des angestammten News-Reviers, nämlich in der Unternehmenskommunikation.

## Wertschätzung steigt

Das ästhetische Niveau der ersten Infografiken in den Achtziger und frühen Neunzigerjahren war nicht überzeugend. Warum? Die DTP-Welle hat viel gestalterisches Fachwissen weggespült. Es gab Computer und plötzlich konnte man »alles selber machen«. Dazu kamen Umwälzungen bei der Drucktechnik, viele Druckereien sattelten nach der Wende auf Farbdruck um. Alles wurde schön bunt – und das musste genügen. Konzeptionelle Gedanken zur Präsentation der Informationen hat man sich wenig gemacht.

Das hat sich inzwischen geändert. Wer Augen für das Thema hat, stellt fest, dass es nicht nur viel, sondern auch viel gute Infografik gibt. Dazu Jan Schwochow, Infografik-Praktiker und aufmerksamer Beobachter der Szene: »Ja, das ist wirklich so, schon seit der Jahrtausendwende steigt die Qualität von Infografiken spürbar. Inzwischen bieten auch etliche Hochschulen Informationsdesign als Studiengang an – ein klarer Indikator für ein stärkeres Interesse an Datenvisualisierung.« Neben besserer und besser beherrschter Hard- und Software ist es vor allem das Internet, das diese Entwicklung vorantreibt. Das im Web erlernte Leseverhalten prägt uns nachhaltig. Allgemein ist unser Interesse an Infor-



DIE ZEIT: Wasserverbrauch

mationen gestiegen, doch für die Verarbeitung bleibt wenig Zeit. Infografik kommt dem entgegen: Grafiken können auch komplexe Sachverhalte so darstellen, dass sie schnell erfassbar sind. Einen weiteren Aspekt hebt Jan Schwochow hervor: »Durch die Vielzahl an Infos, die auf uns einströmen, erleben wir jede einzelne Information als sehr flüchtig. Grafiken verleihen Informationen mehr Gewicht, eine Information mit Grafik bekommt für die Leser automatisch einen höheren Stellenwert.«

## Neue Bereiche

Nach Auftritten im wissenschaftlichen Bereich und im News-Design wird Infografik nun auch verstärkt in der Unternehmenskommunikation eingesetzt. Durchaus mit Gewinn, sagt Jan Schwochow: »Textinformationen werden im Kontext der Unternehmenskommunikation eher mit Skepsis betrachtet und gelten als parteiisch. Infografik wird als objektives Medium wahrgenommen: Die in einer Grafik dargestellte Sach-