



Datenvisualisierung in der Wissenschaft

Die Bedeutsamkeit der Erzählung

Dr. Cédric Scherer

RPTU Nachwuchsring
3., 10. und 17. Juli 2025



cedricscherer.com/slides/rptu-03-story.pdf



Erzählung

Bedeutsamkeit für das Publikum



➡ **Wer ist mein Publikum?**

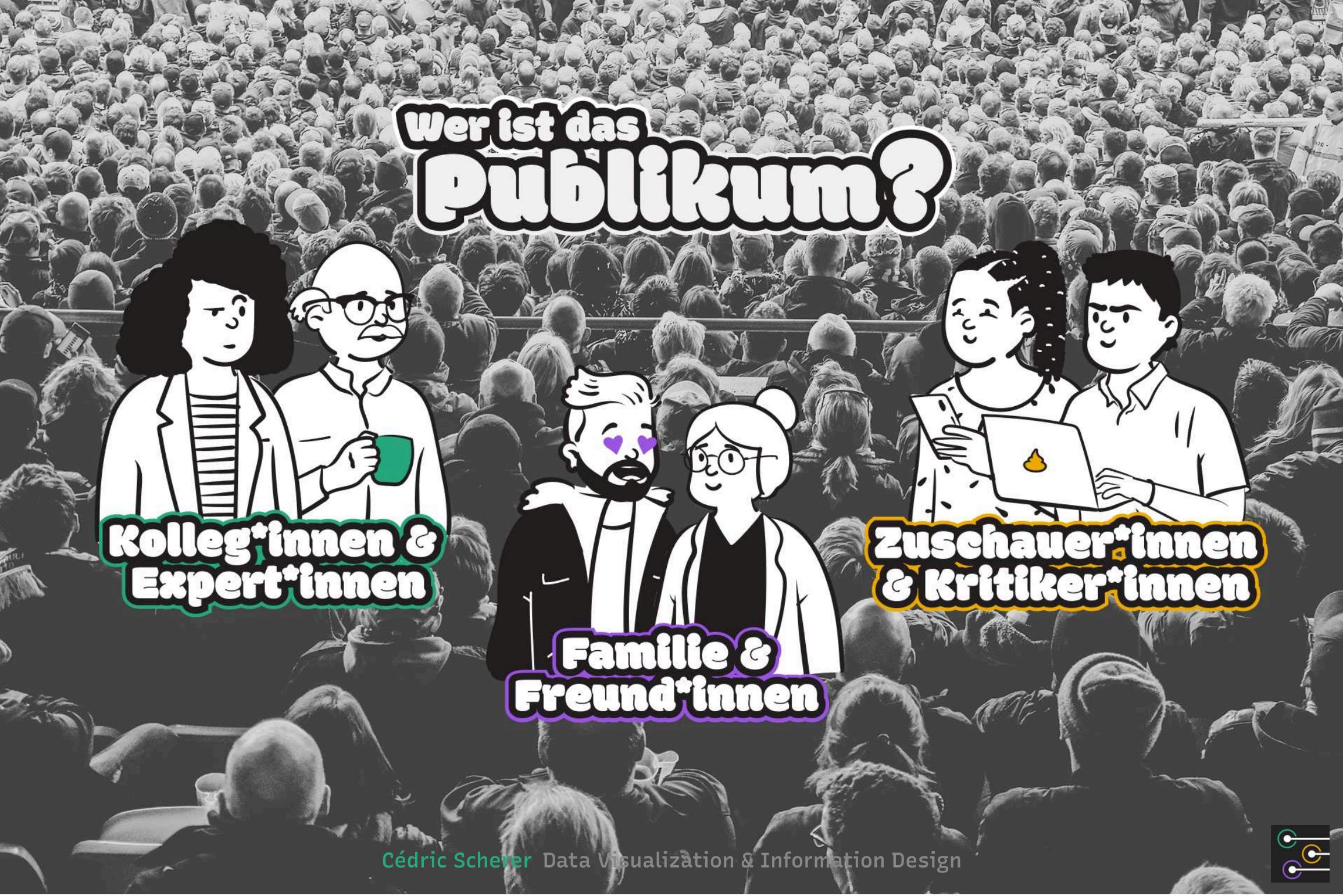




das publikum

Cédric Scherer Data Visualization & Information Design





Wer ist das Publikum?



Kolleg*innen &
Expert*innen



Familie &
Freund*innen



Zuschauer*innen
& Kritiker*innen

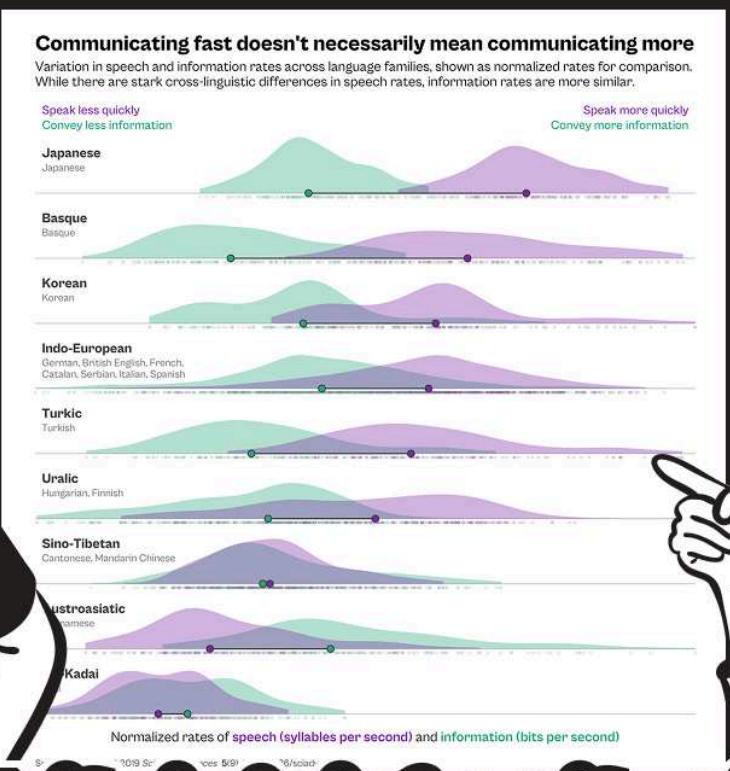




**...und wie ausgeprägt ist Ihre
Datenkompetenz?**



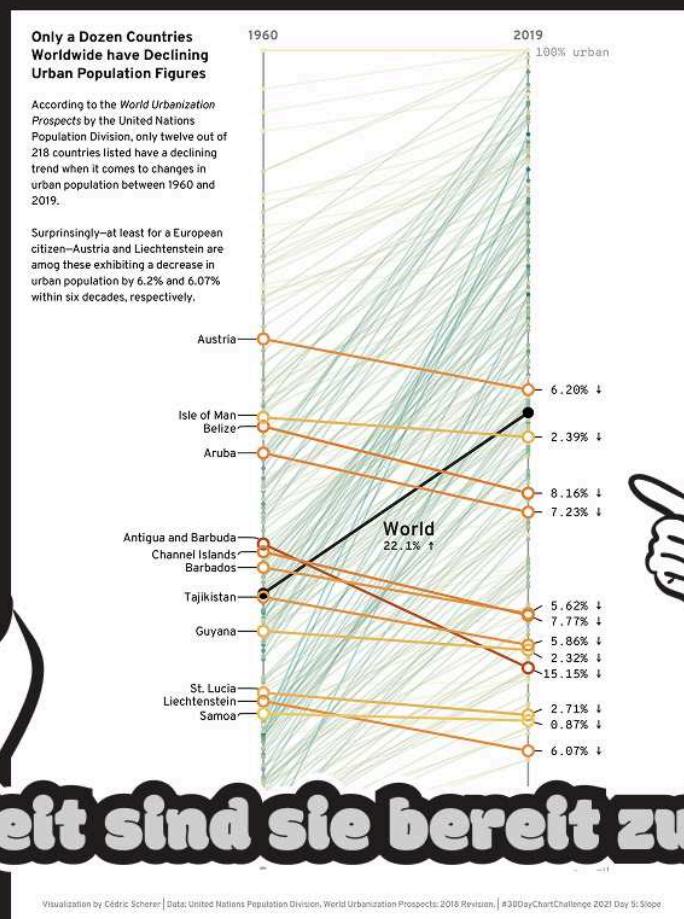
...und wie ausgeprägt ist Ihre Datenkompetenz?



(Oder: Wie viel Mühe und Zeit sind Sie bereit zu investieren?)



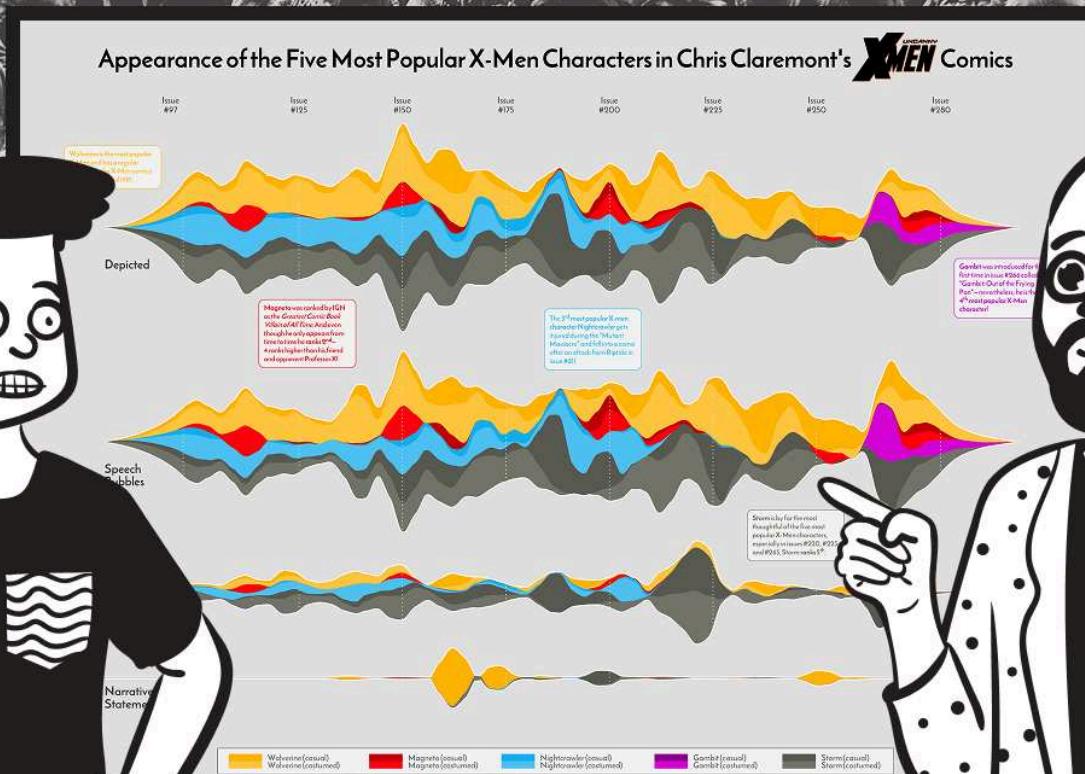
...und wie ausgeprägt ist Ihre Datenkompetenz?



(Oder: Wie viel Mühe und Zeit sind Sie bereit zu investieren?)



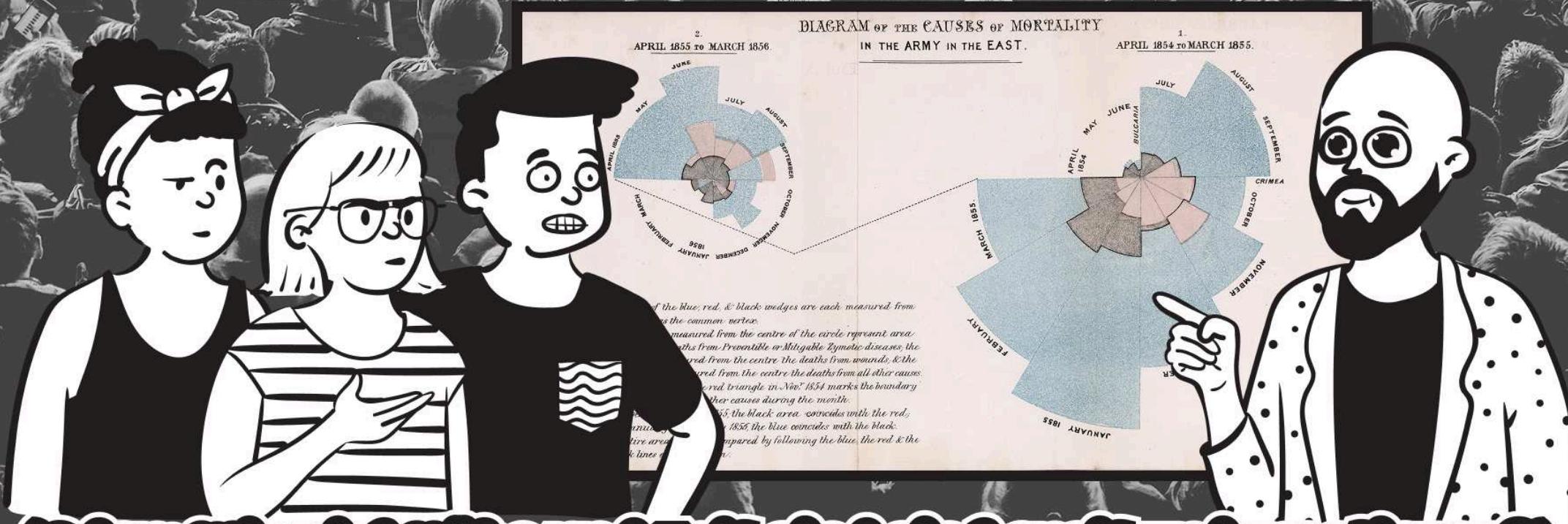
...und wie ausgeprägt ist Ihre Datenkompetenz?



(Oder: Wie viel Mühe und Zeit sind sie bereit zu investieren?)



...und wie ausgeprägt ist Ihre Datenkompetenz?



(Oder: Wie viel Mühe und Zeit sind Sie bereit zu investieren?)



„Wer“

Mein Publikum

- Zielgruppe klar definieren
- zu allgemeine Beschreibungen vermeiden
- unterschiedliche Grafiken für unterschiedliche Zielgruppen

Ich

- meine Beziehung zum Publikum klarstellen
- falsche Erwartungen vermeiden
- unterschiedliche Grafiken für unterschiedliche Ziele



- » **Wer** ist mein Publikum?
- » **Was** möchte ich vermitteln?

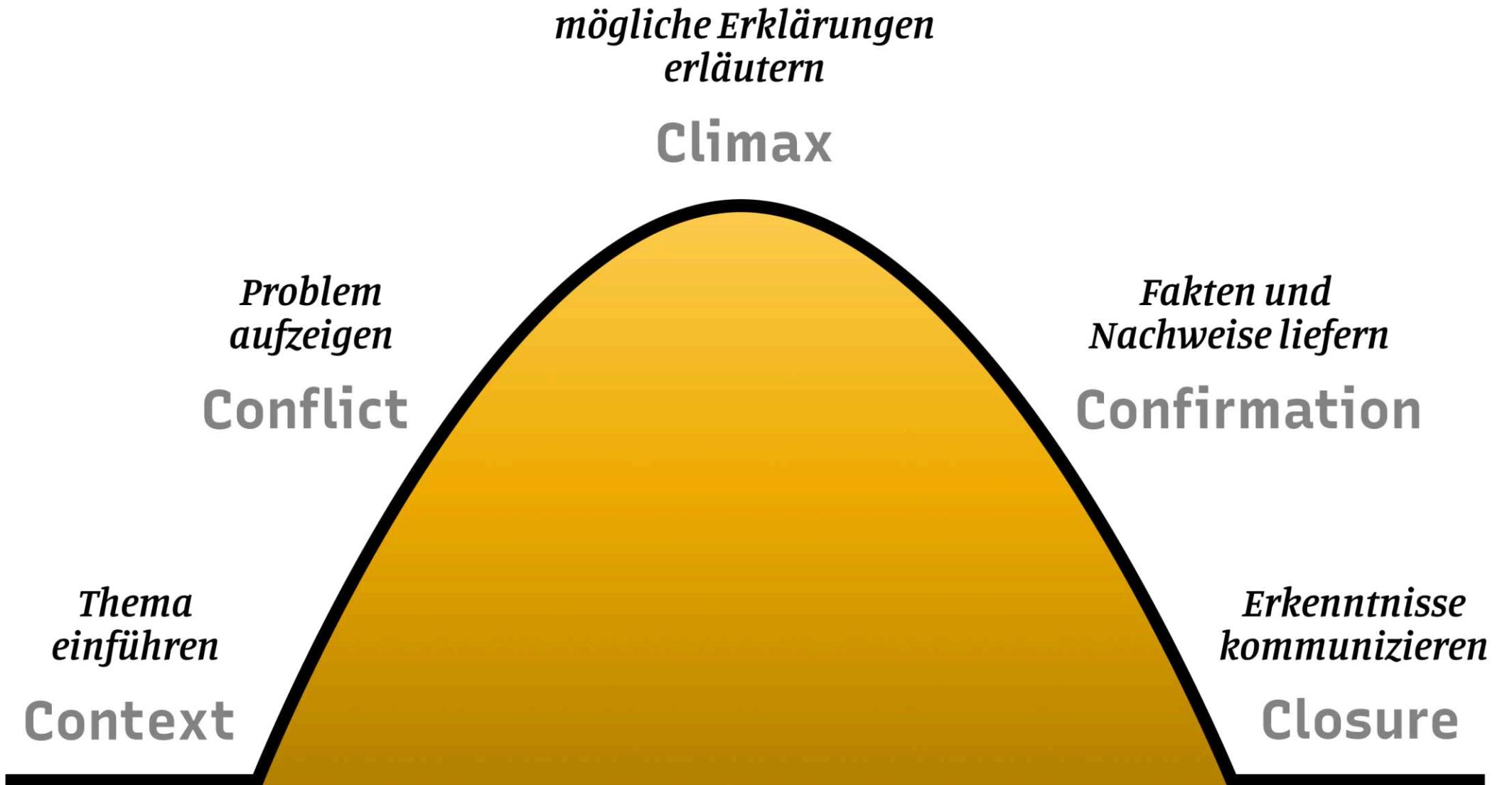


“3 Minute Story” und “Elevator Pitch”

Stell dir vor, du hättest nur drei Minuten / 30 Sekunden um deinem Publikum zu vermitteln, was sie **über deine Studie (Relevanz, Ergebnisse und Konsequenzen)** wissen müssen.

Was würdest du sagen?





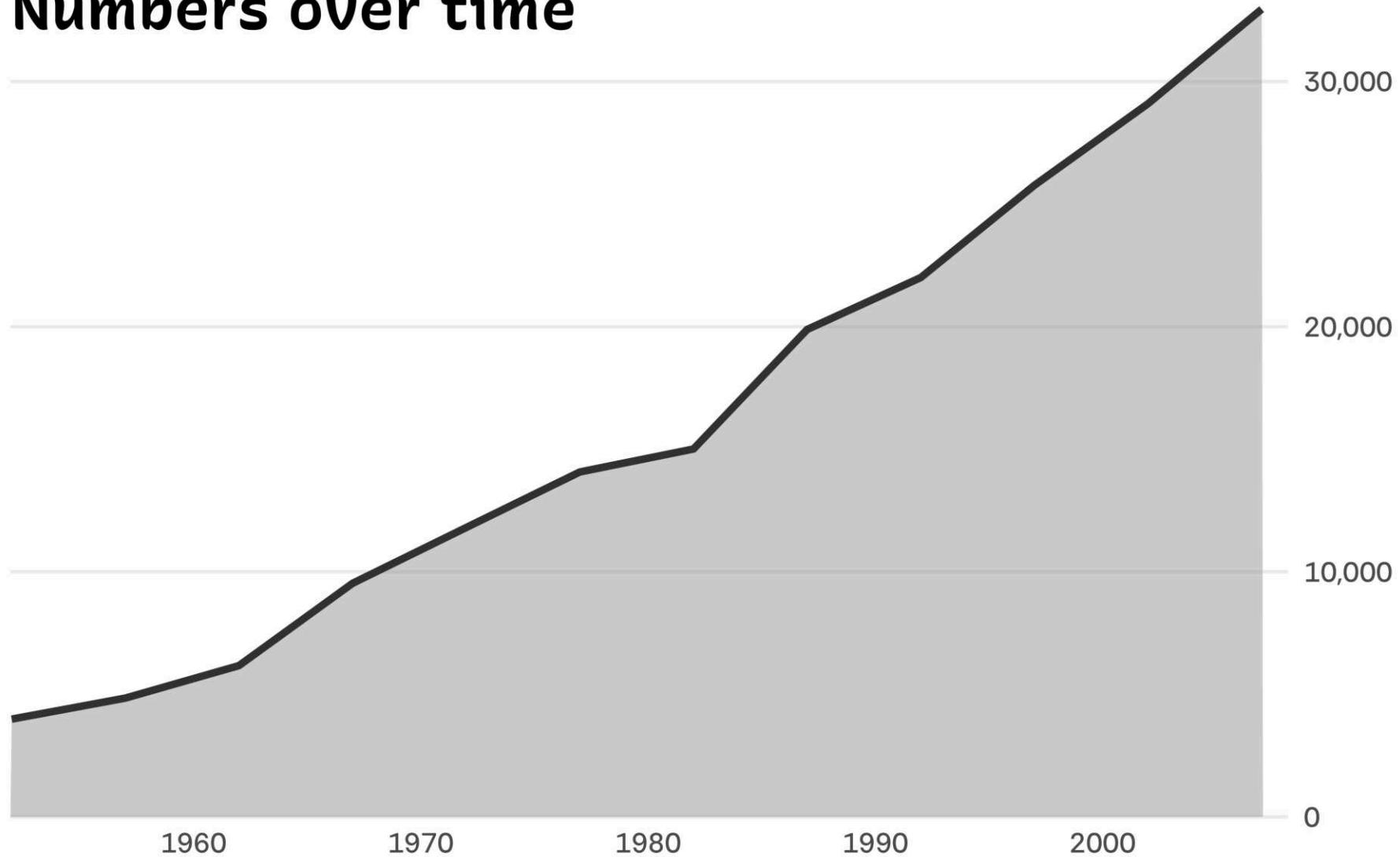
Konzept der “Big Idea”

Fasse deine Erkenntnisse in einem einzigen Satz zusammenfassen, der vermittelt, **was sie interessant macht** und **wieso sie bedeutsam sind**.

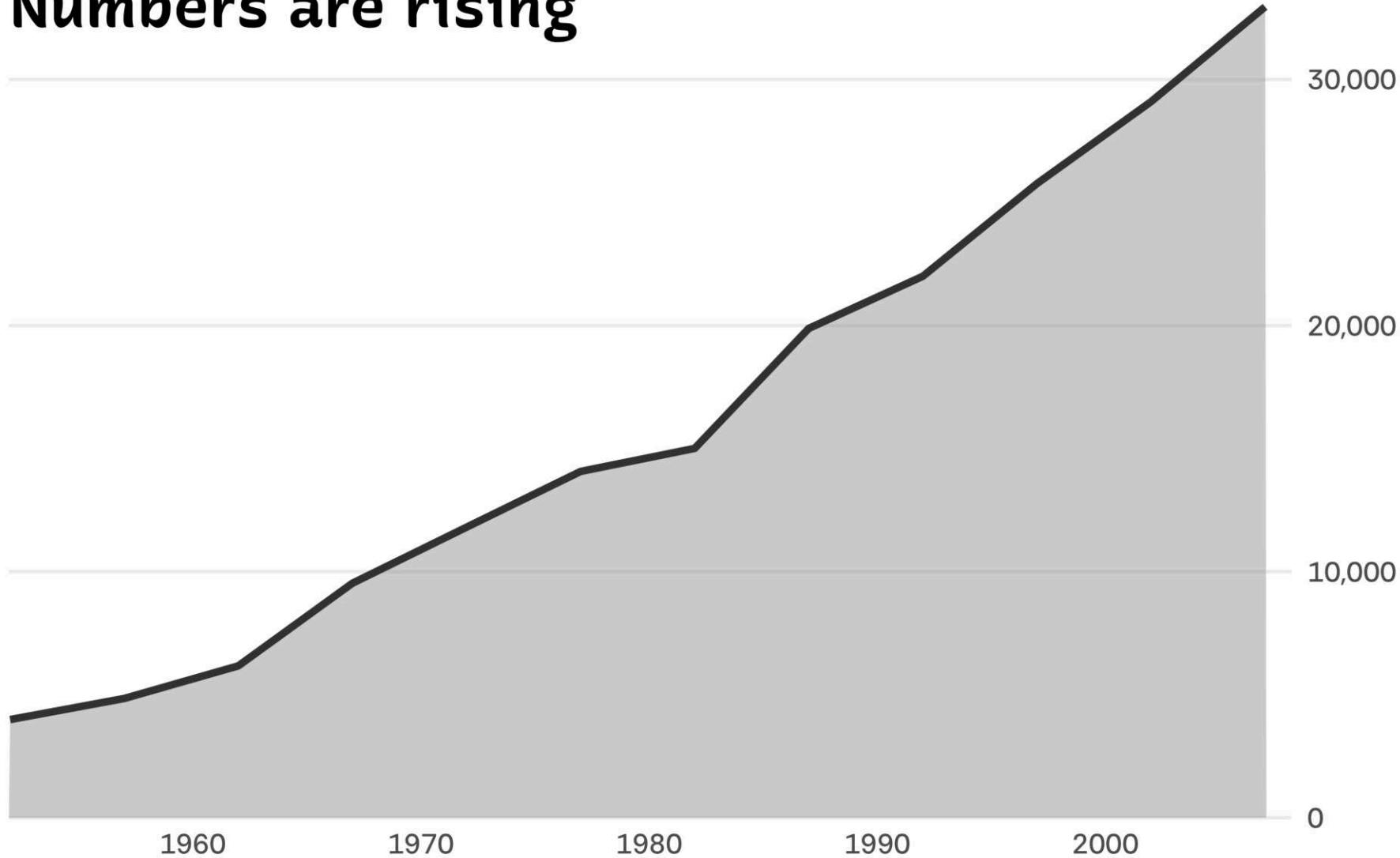
→ Nutze diesen Satz als Titel zur zielgerichteten Entwicklung!



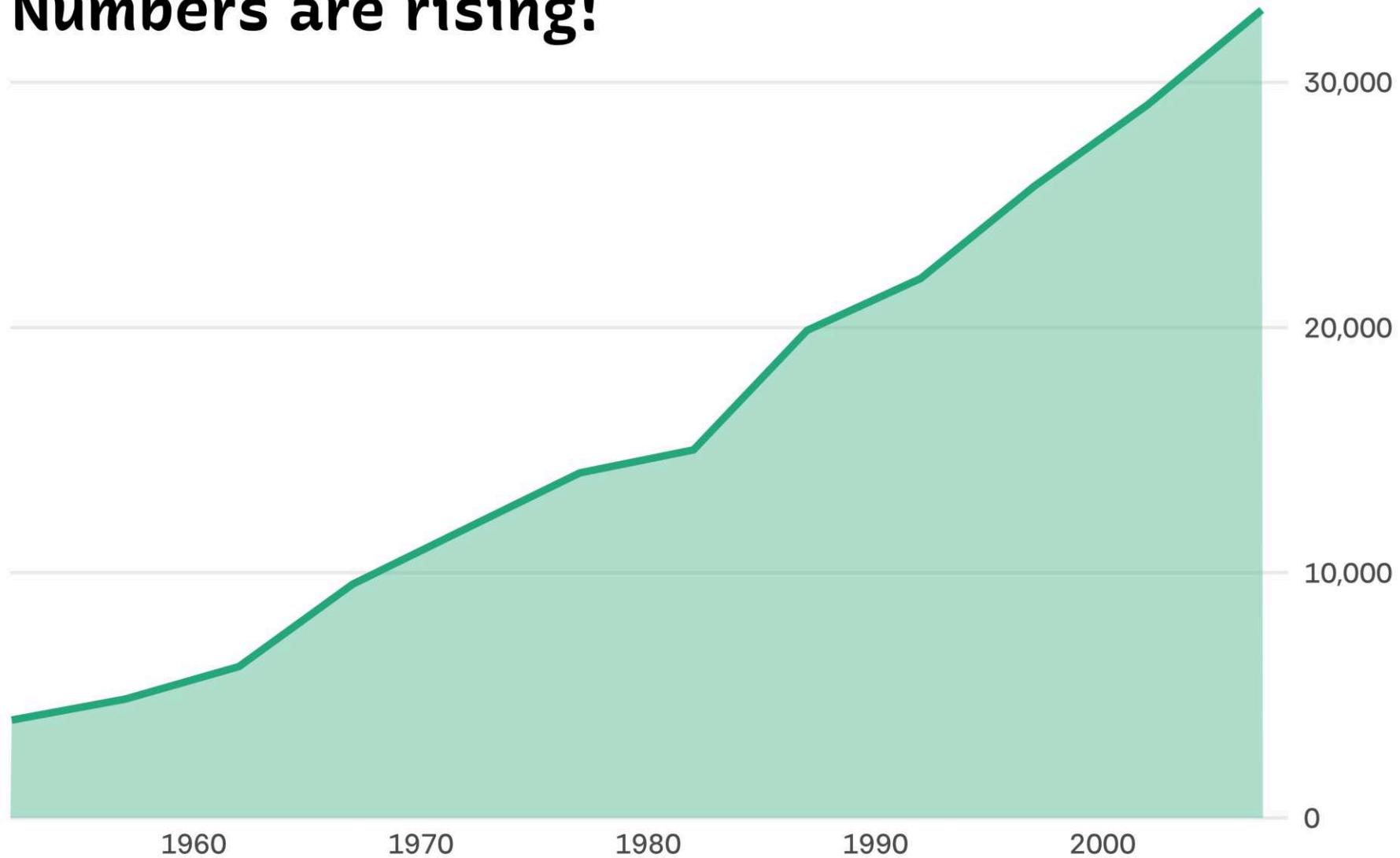
Numbers over time



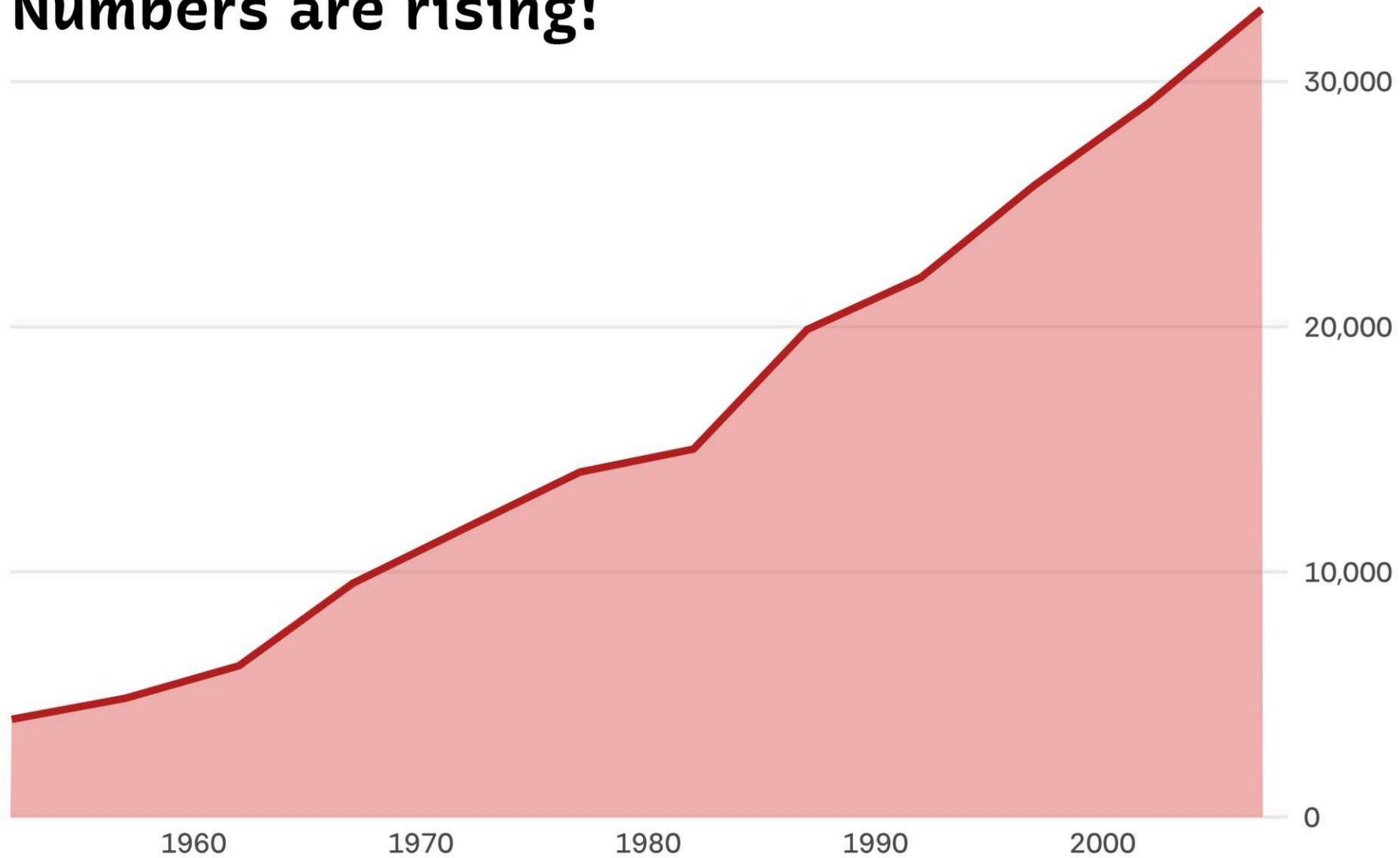
Numbers are rising



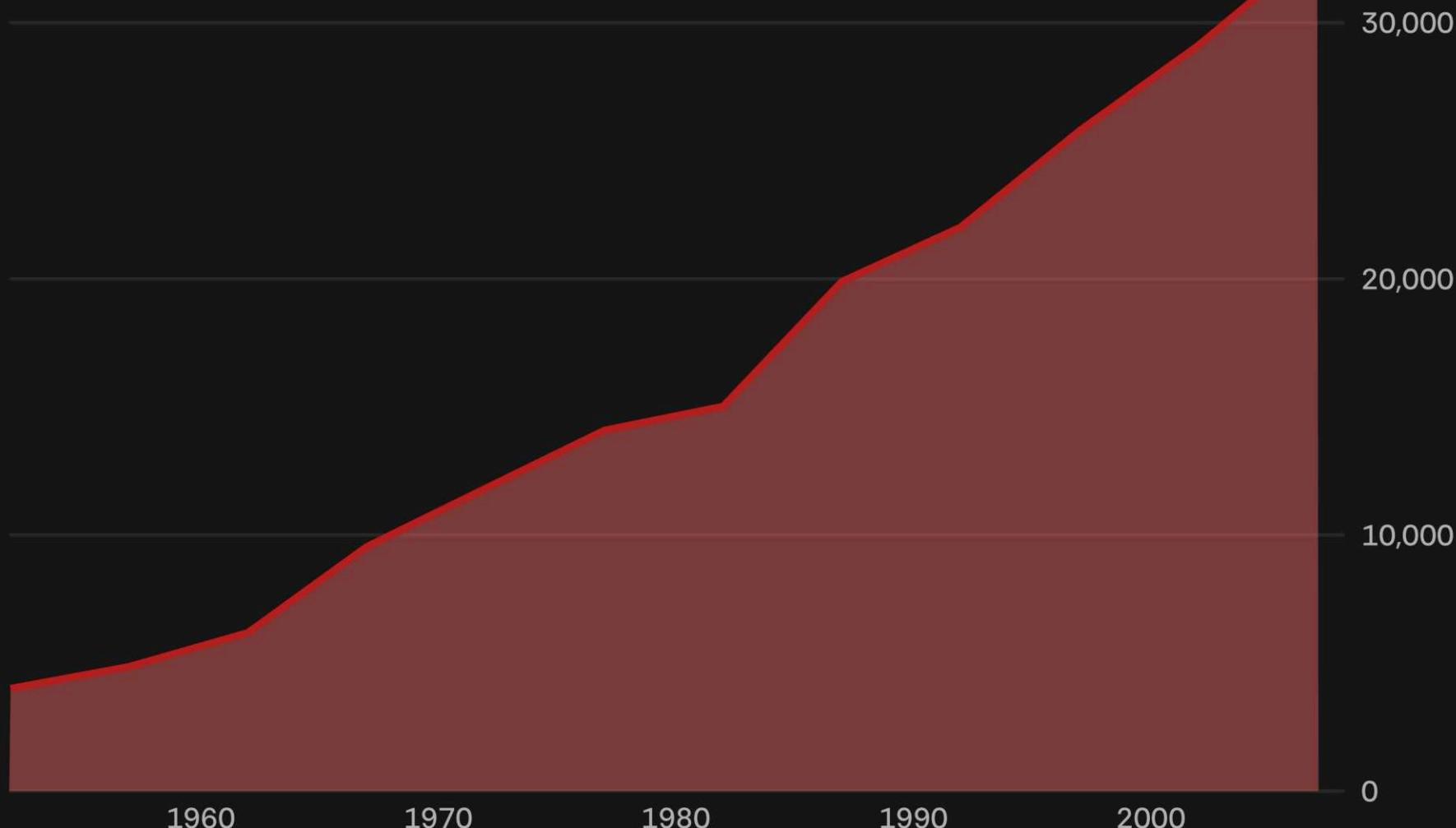
Numbers are rising!

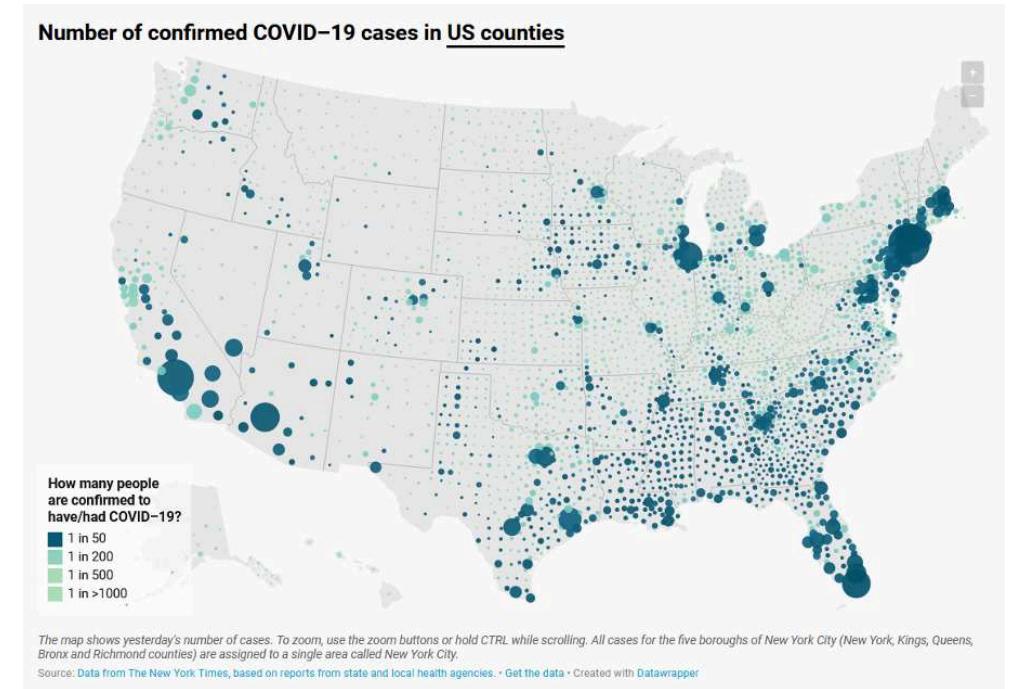
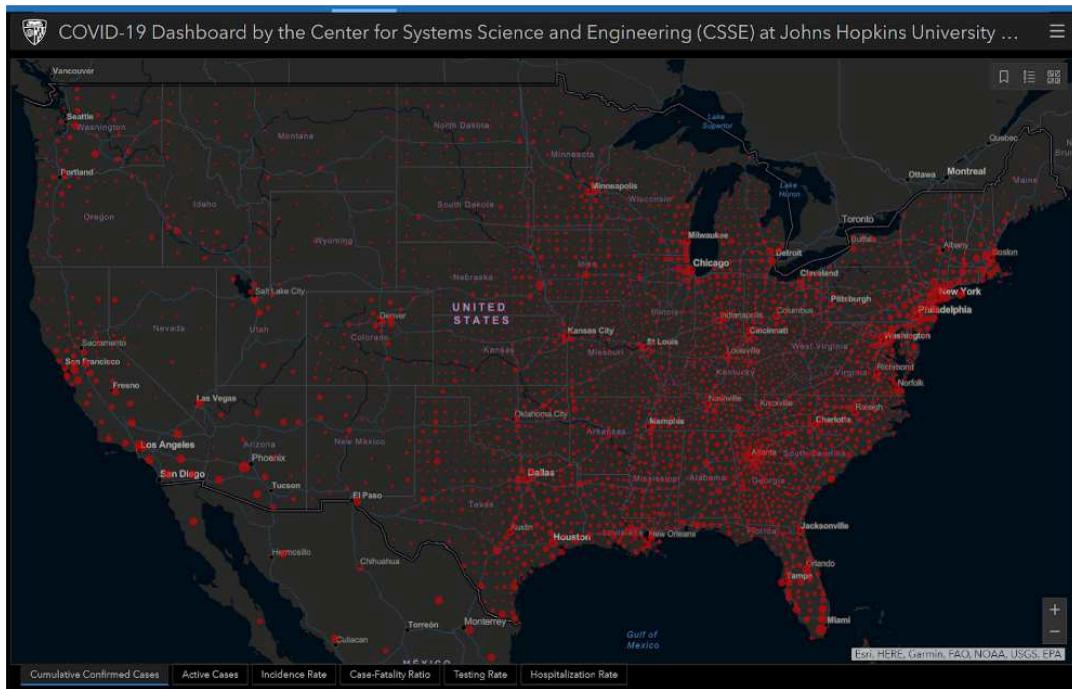


Numbers are rising!



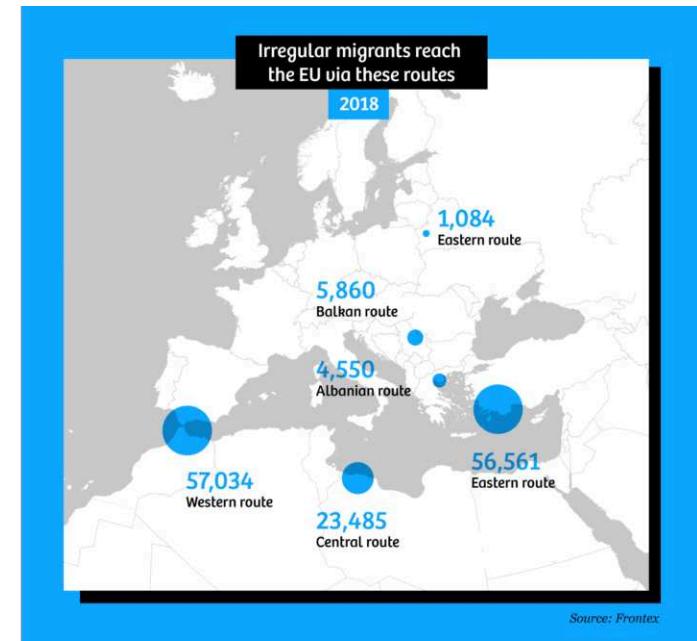
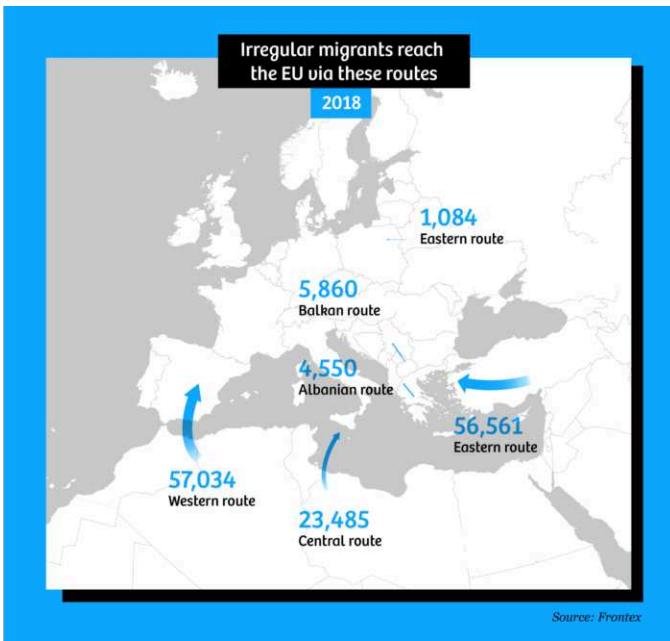
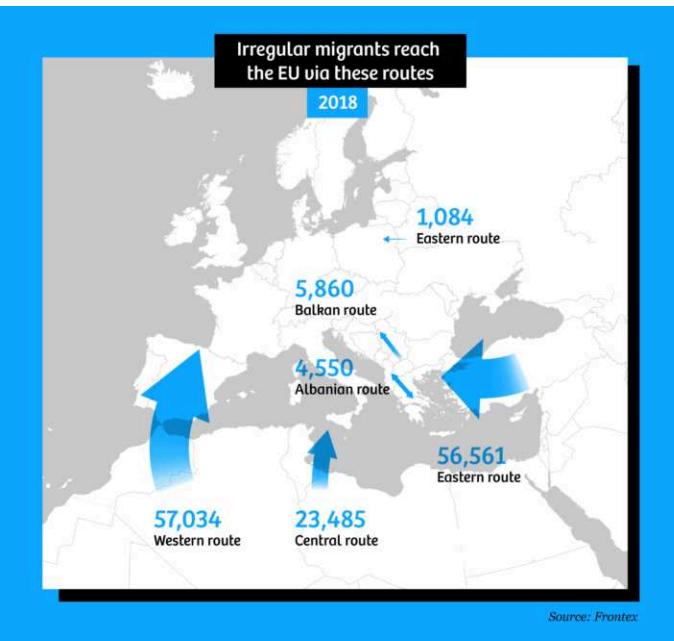
Numbers are rising!





The famous [COVID-19 tracker by the John Hopkins University](#) using an “alien-death-blood visual identity” (Screenshot 2020-07-27) next to a [map of confirmed COVID-19 cases by Datawrapper](#) using more decent colors to avoid an emotion of fear (Screenshot 2020-07-27).





"How maps in the media make us more negative about migrants" von Maite Vermeulen, Leon de Korte & Henk van Houtum



„Was“

Handlung

- zentrale Botschaft klar formulieren
- Verständnis fördern und/oder Reaktionen anstoßen

Mechanismus

- primäre Kommunikationsmethode bestimmen

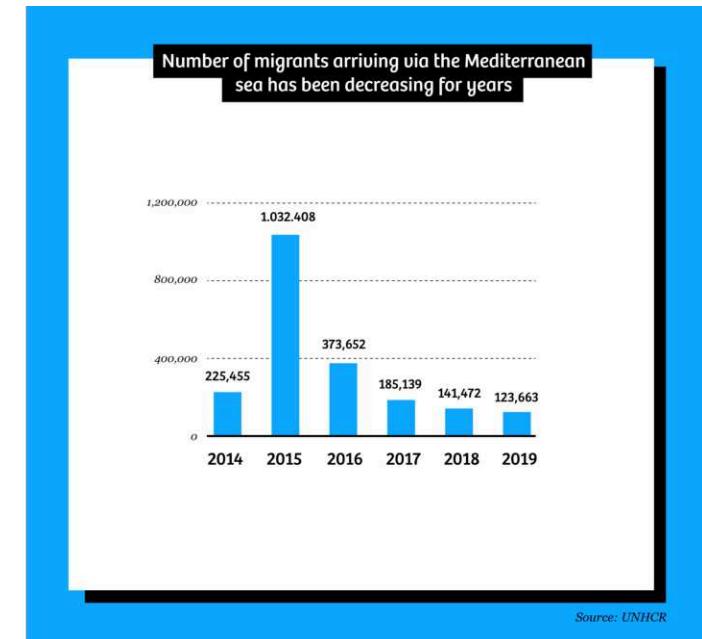
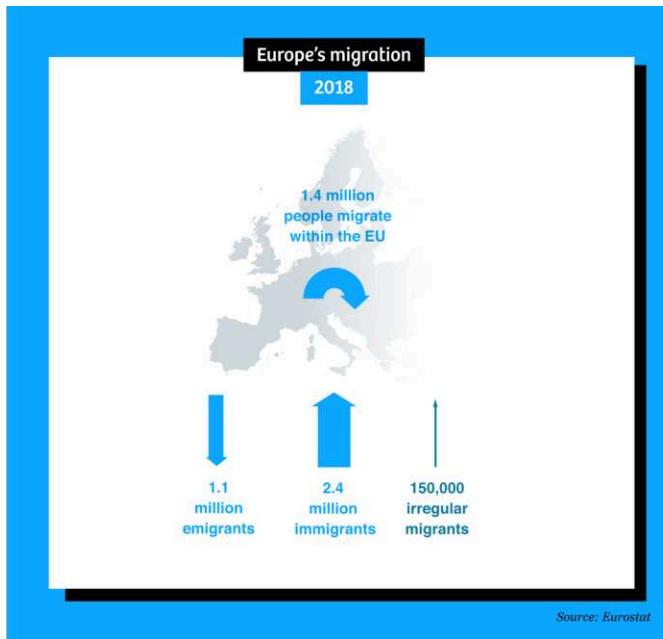
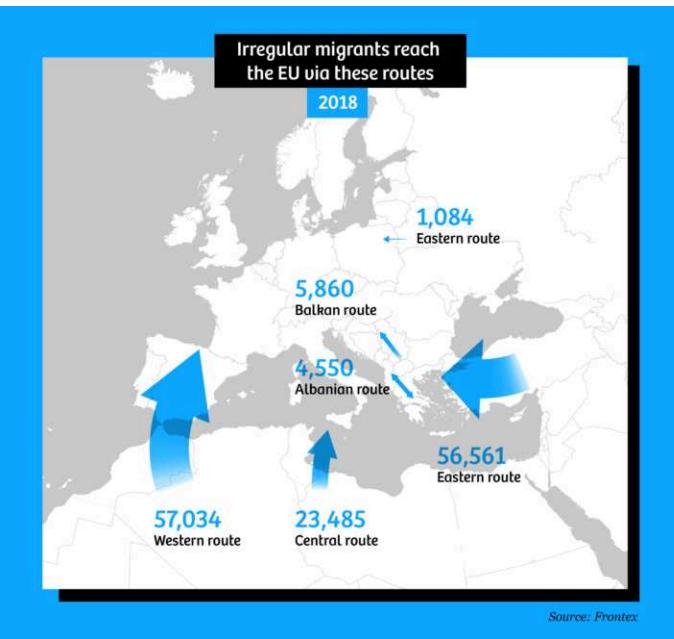
Tonfall

- gewünschte Stimmung der Kommunikation bedenken



- » **Wer** ist mein Publikum?
- » **Was** möchte ich vermitteln?
- » **Wie** kann ich die Botschaft untermauern?





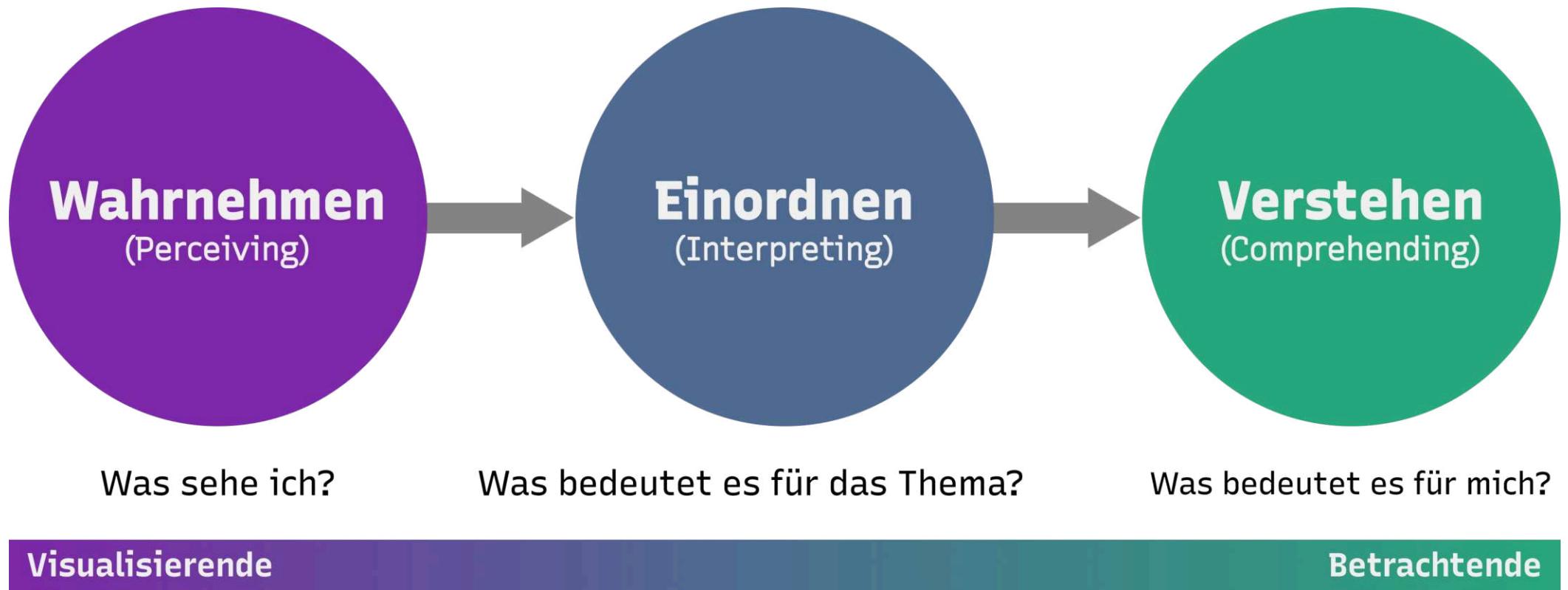
"How maps in the media make us more negative about migrants" von Maite Vermeulen, Leon de Korte & Henk van Houtum



Kontext

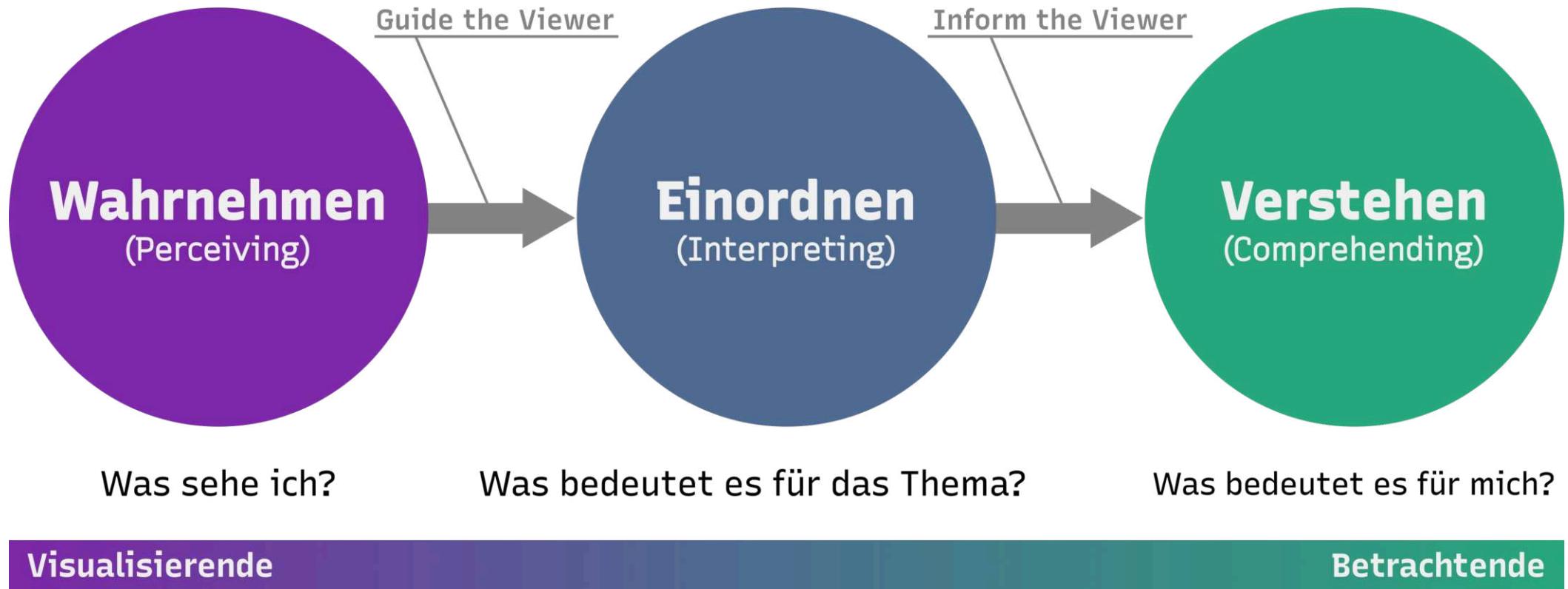
- Was ist die wichtigste Botschaft, die das Publikum mitnehmen sollte?
- Welche (Hintergrund-)Informationen sind wesentlich? Was ist irrelevant?
- Welche potenziellen Voreingenommenheiten könnten bei (einigen) Teilnehmenden bestehen?
- Welche Faktoren könnten die eigene Position schwächen? Kann man ihnen proaktiv begegnen?





Überarbeitet und erweitert nach einem Originalschema von Andy Kirk





Überarbeitet und erweitert nach einem Originalschema von Andy Kirk



Übungsteil



Übung

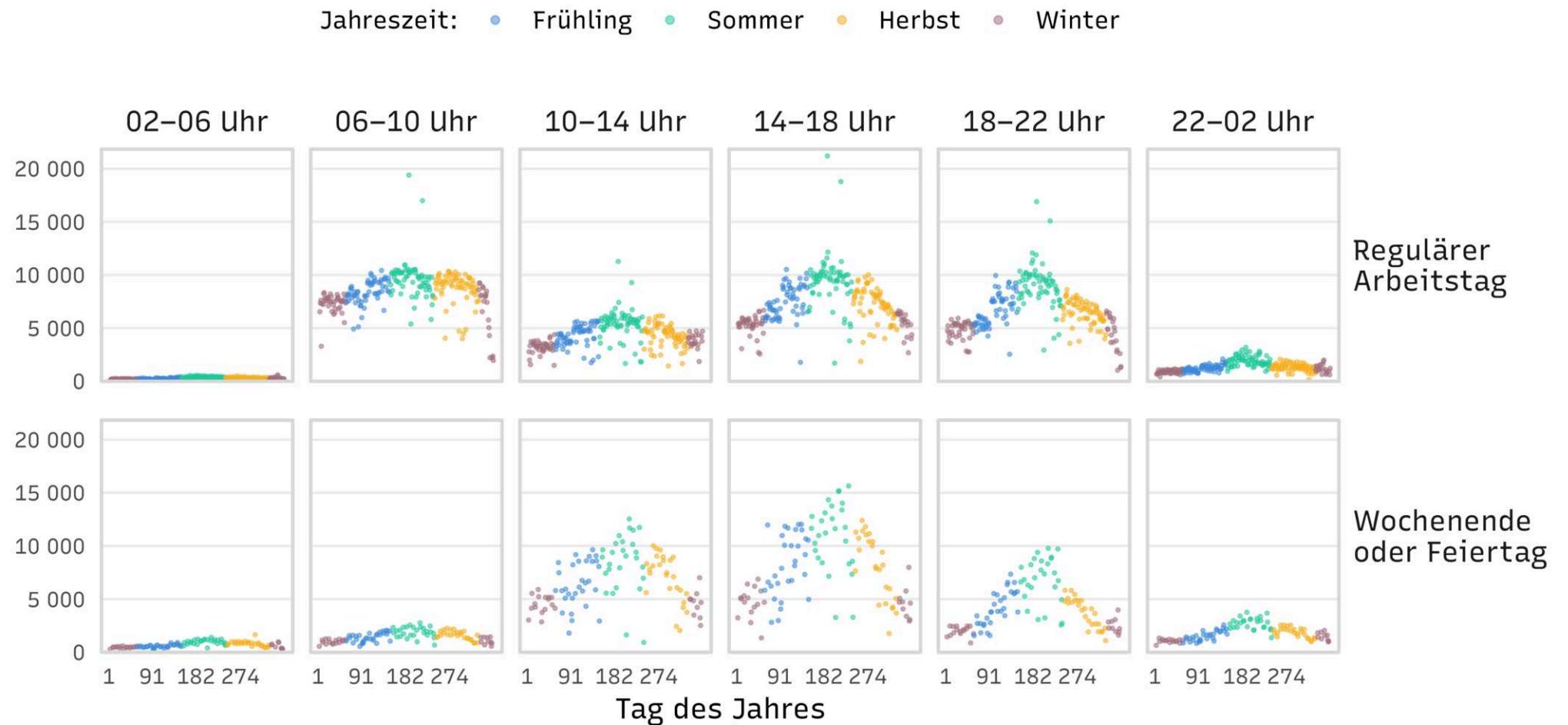
Erschaffe für 2 Zielgruppen jeweils eine **überzeugende Erzählung** zu den Mustern der Fahrradmieten in London.

- Das **Geschäftsmanagement** des Bike-Sharing-Anbieters
- **Touristen und Gelegenheitsnutzer** des Bike-Sharing-Systems

Mit welchen Mitteln kannst du sicherstellen, dass dein Publikum die Daten korrekt einordnet und zum gewünschten Verständnis gelangt?



Registrierte TfL-Fahrradmieten in London nach Zeitfenster und Tagesart



Quelle: Transport for London, 2016 | Powered by TfL Open Data

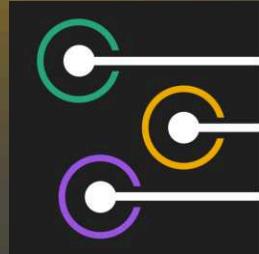


Projektarbeit

- Definiere das **Zielpublikum** für die angestrebte Abbildung so detailliert wie möglich.
- Notiere **auf welchem Weg die Kommunikation** stattfindet sowie Besonderheiten, die dann berücksichtigt werden sollten.
- Was ist die **“Big Story”** deiner Datenvisualisierung? Formuliere diese in einem prägnanten Satz.
- Liste alle **Variablen** in den Daten. Streiche alle, die nicht essentiell für diese Botschaft sind.
- Welchen **Detailgrad** deiner Daten benötigst du?



Dankeschön!



CÉDRIC SCHERER
Data Visualization & Information Design

www.cedricscherer.com

