

Daten in Bewegung

Best Practices Datenvisualisierung

Agenda

- 1. Warum Datenvideos?**
- 2. How to Datenvideo auf TikTok**
- 3. Praktische Tipps**
- 4. Herausforderungen**
- 5. Theoretischer Hintergrund**
- 6. Merci und Tschüss**

Warum Datenvideos?

Warum Datenvideos?

- **Soziale Medien sind größtenteils videobasiert**
- **Die technischen Voraussetzungen sind oft bereits gegeben**
- **Chance für Sichtbarkeit von Forschungsergebnissen und anderen Datensätzen**
- **Leute haben Lust auf Datenvideos (wirklich)**

How to Datenvideo auf TikTok

Wer hier eigentlich sitzen würde:



Wie wir gestartet sind:

Rahmen 1

Workshop

The workshop board is organized into eight columns, each with a specific theme:

- Vibe:** Focuses on mood and atmosphere, featuring a 'Vibe Board' with icons and a 'Moodboard' with images.
- Türöffner-Mechaniken:** Explores 'door-opening' mechanisms, including 'Service-Desk-Mechaniken' and 'Kunden-Service-Mechaniken'.
- Hold-Hacks:** Discusses 'hold' hacks, such as 'Hold-Hacks' and 'Hold-Hacks'.
- Zielgruppe:** Defines the target audience, including 'Zielgruppe' and 'Zielgruppe'.
- Datenjournalismus:** Focuses on data journalism, with 'Datenjournalismus' and 'Datenjournalismus'.
- Recap Tag 1:** A recap of the first day, including 'Recap Tag 1' and 'Recap Tag 1'.
- Container:** Discusses containers, including 'Container' and 'Container'.
- Kreativbrainstorming:** Focuses on creative brainstorming, including 'Kreativbrainstorming' and 'Kreativbrainstorming'.
- Offere To Dos:** Lists tasks and to-dos, including 'Offere To Dos' and 'Offere To Dos'.

- Wie ist meine Haltung als Creatorin?
- Welche Themen möchte ich behandeln?
- **Wie möchte ich meine Daten visualisieren?**

Wie möchte ich die Daten visualisieren?



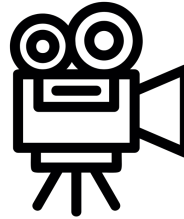
Themensuche



Recherche und Skript



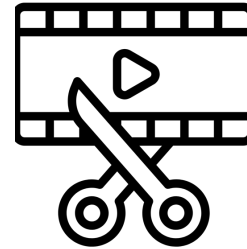
Die Visualisierung ist bereits in der Planung enthalten!



Aufnahme



...und in den Dreharbeiten.

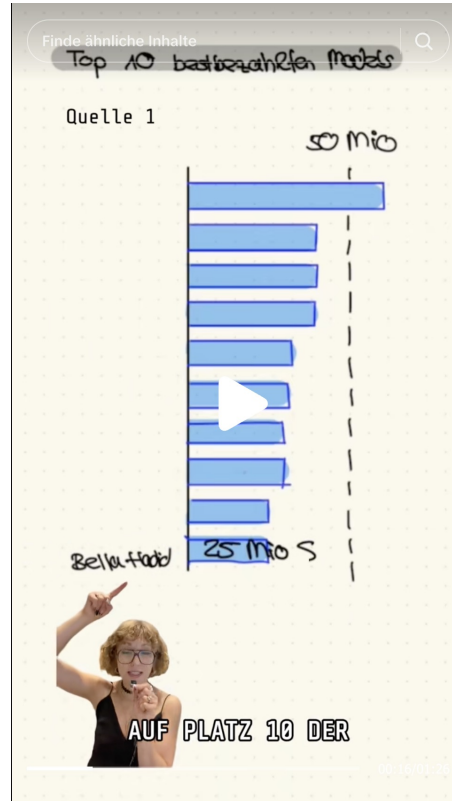
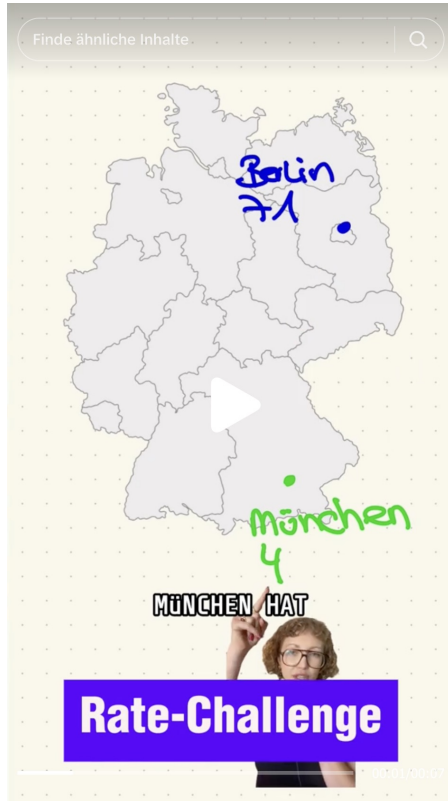


Schnitt



Rohschnitt der Aufnahme von Creatorin (in Capcut)
Bildschirmaufnahme der Notizen auf dem iPad (in Goodnotes)
Überlagerung der Notizaufnahmen mit der Aufnahme von der Creatorin

Wie möchte ich meine Daten visualisieren?



Wie viel Wasserstoff hat die Rakete, in der Katy saß, genau verbraucht?

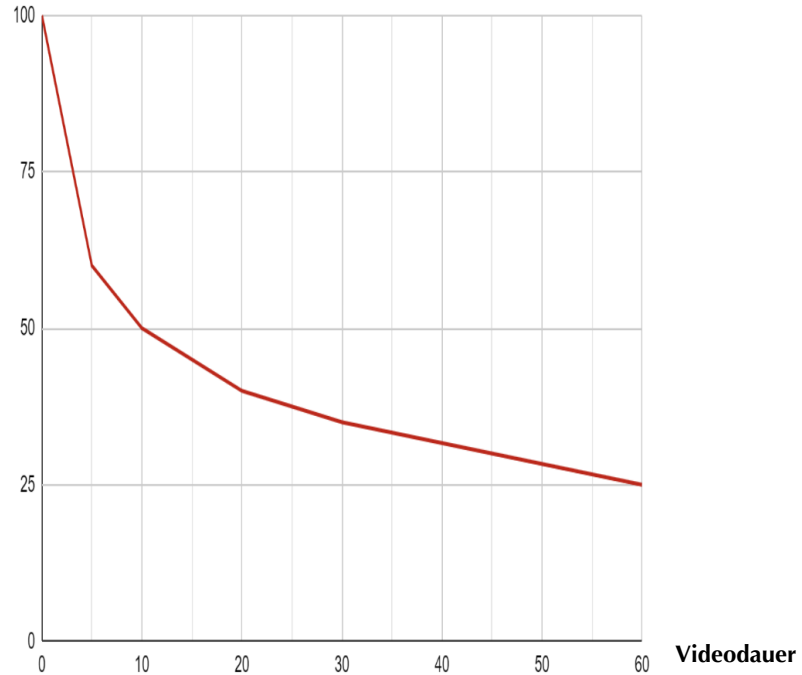
Learnings

Learnings

- **TikTok erlaubt detaillierte Videoanalysen**
- **TikTok liefert Einblicke darüber, wann Nutzer aufhören zu schauen oder dranbleiben**
- **So können wir Inhalte, Timing und Storytelling optimieren**

Learnings

Zuschauer*innen in %



**Beispiel-Kurve für ein Video
mit guter Performance
=> Aussetzer sind normal!**

Learnings

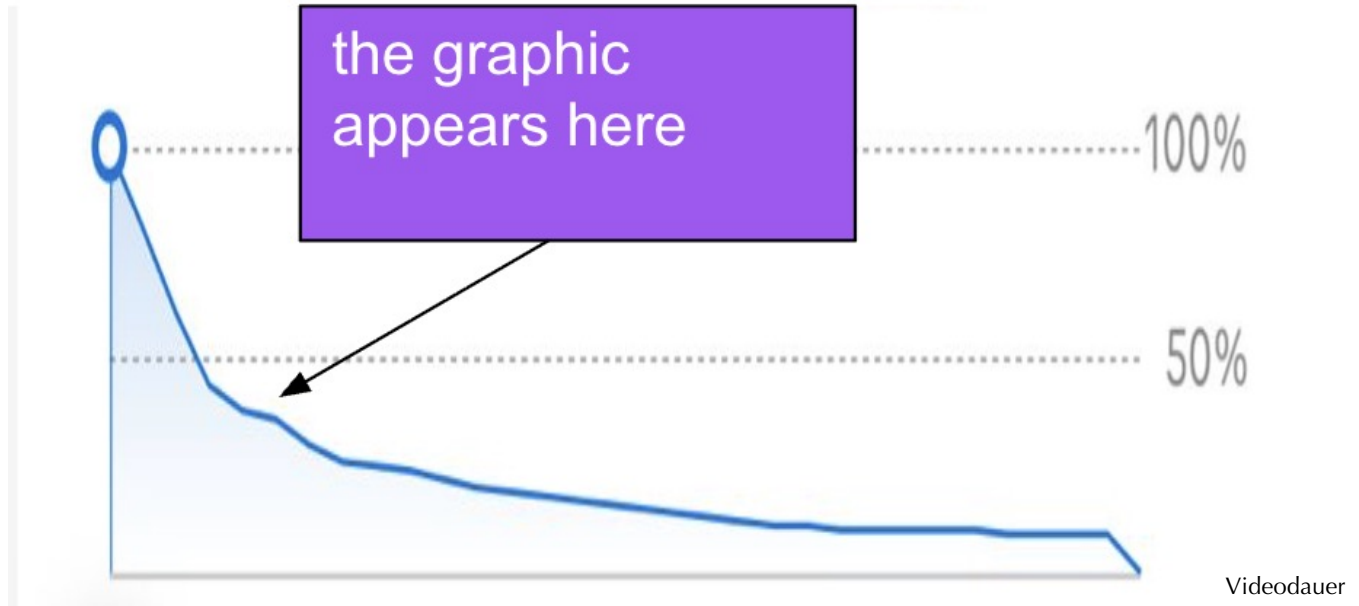
TikTok: Wo fallen die meisten durch die Führerscheinprüfung?

2.306 views



Learnings

Zuschauer*innen in %



Learnings

**TikTok:
Gehaltslücke im
Fußball**
50.370 views



**So ungerecht
ist Fußball!** ⚽

Learnings



Learnings

**TikTok: Wo performed
Deutschland so schlecht
im Vergleich?**

1.627 views



Learnings

Visualisierung zu komplex
und zu kleinteilig



Learnings

**TikTok:
Challenge -
In welchem Job verdienen Männer
40 x so viel wie Frauen?**

52.829 views



Learnings

Visualisierung war simpler
und eingängiger



Learnings

Warum gibt es immer
weniger Verkehrstote?

59.572 views



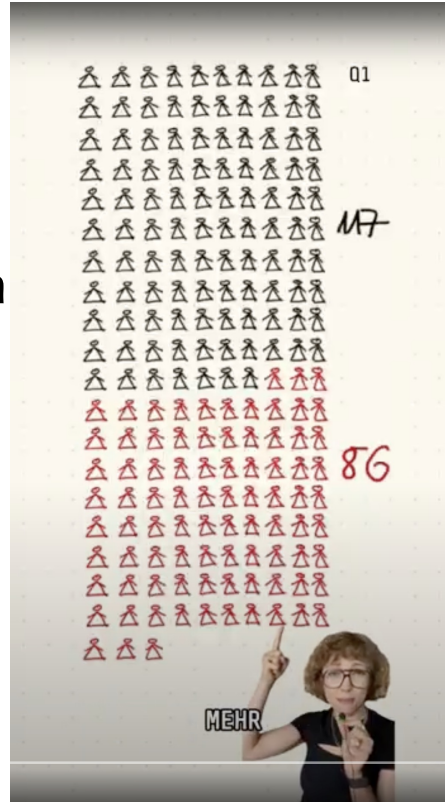
Learnings

Zuschauer*innen folgen ‚live‘
der Entwicklung > Spannungsaufbau



Learnings

**Rechte Gewalt:
Wieso fehlen 86 Menschen
in der Statistik?**



117 gemeldete
Tote

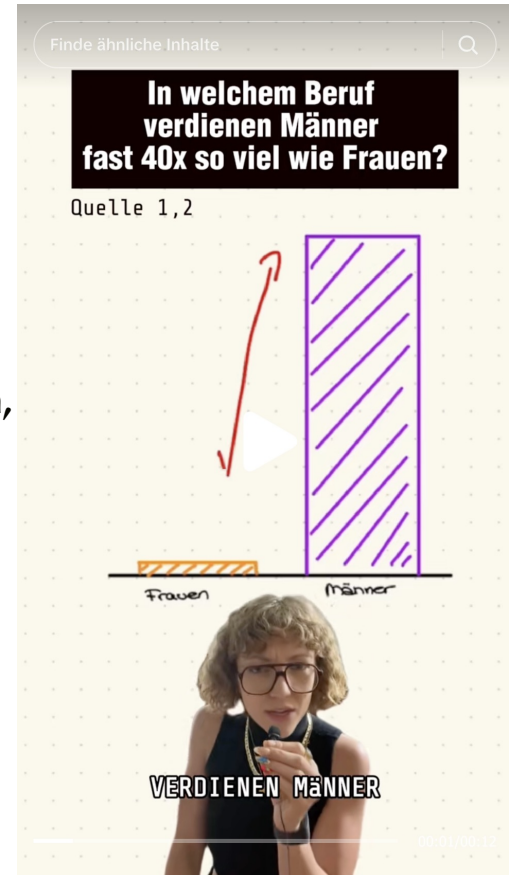
**Proportionen
checken!**

86 fehlende
Tote

Learnings

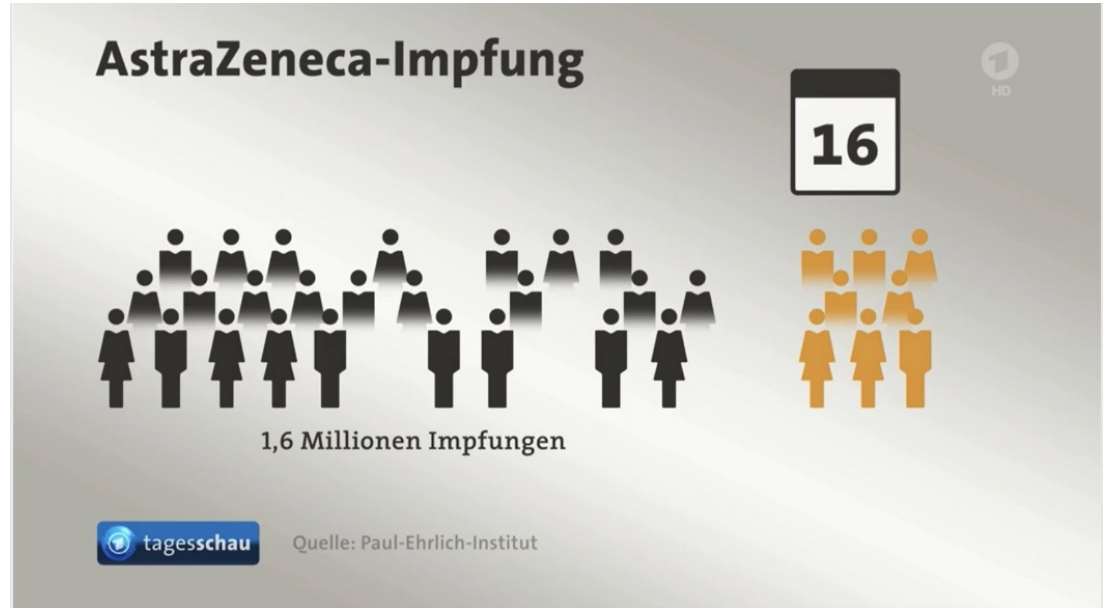
Challenge: In welchem Job verdienen Männer 40 x so viel wie Frauen?

- > Erstelle die Diagramme in Excel oder Datawrapper, um sicherzustellen, dass die Proportionen stimmen.
- > Anschließend können die Grafiken selbst erstellt werden.



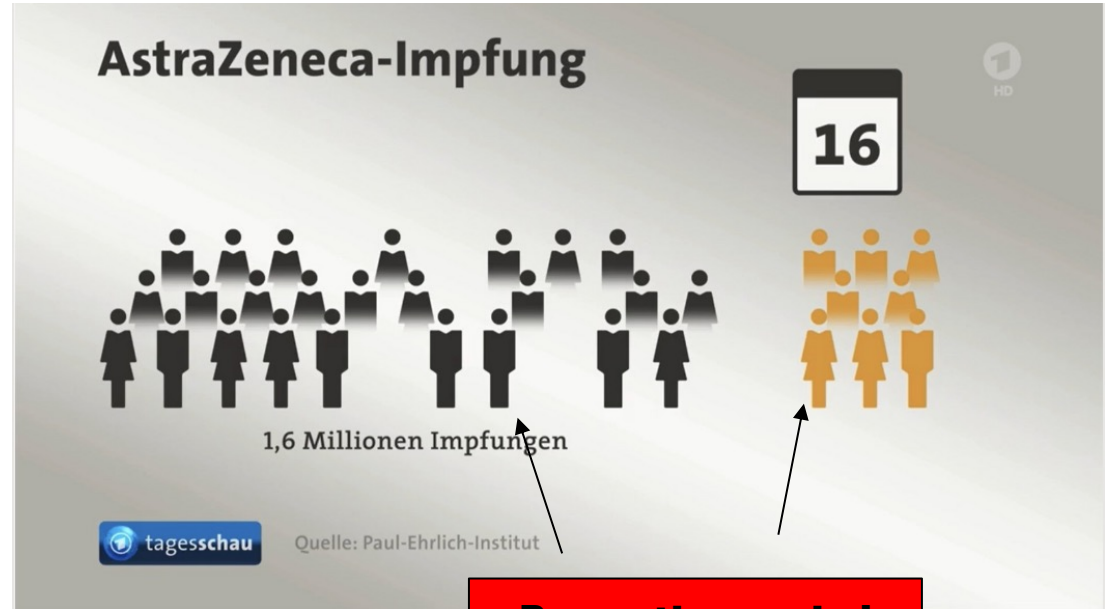
Learnings

**Corona: 8 Fälle von
Thrombose bei Personen,
die mit AstraZeneca
geimpft wurden**



Learnings

**Corona: 8 Fälle von
Thrombose bei mit
AstraZeneca geimpften
Personen (1,6 Millionen)**

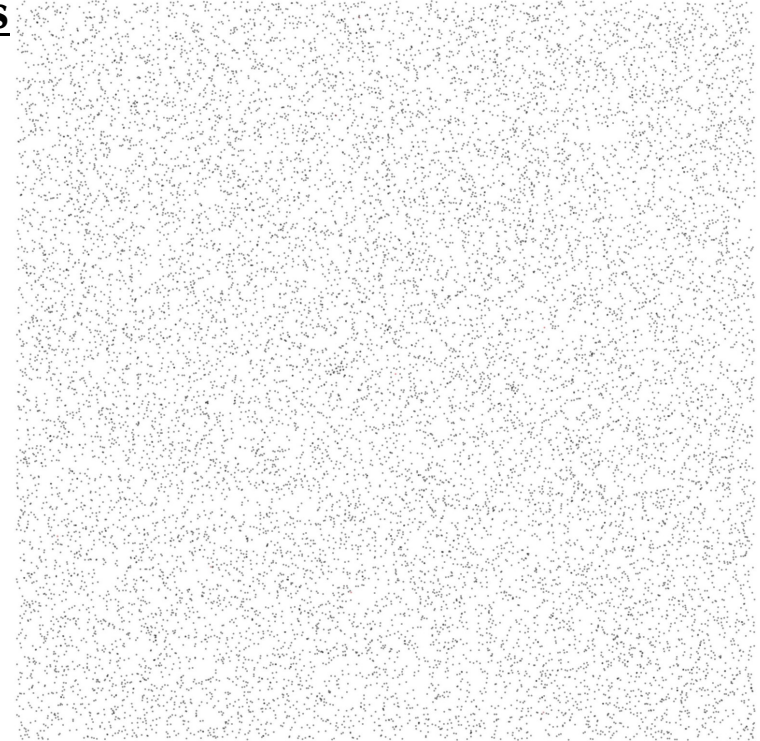


**Proportionen sind
falsch**

**=> 8 von 1,6 Millionen sind
0,0005 %.**

Learnings

**Corona: 8 Fälle von
Thrombose bei mit
AstraZeneca geimpften
Personen (1,6 Millionen)**






**Proportionen
stimmen**

Praxistipps

Praxistipps für TikTok

-  **Klares Storytelling**
-  **Kernbotschaften**
-  **Ein starker Einstieg – besonders für soziale Medien**

Praxistipps für TikTok

-  **Visuelle Sprache – Farbe, Schriftarten, Größe**
-  **Die Aufmerksamkeit lenken durch die Visualisierung**
-  **Link zu einem Scrollytelling-Beitrag, Artikel oder einer Nachricht, falls vorhanden**




Praxistipps abseits von TikTok

Von der Fernsehproduktion lernen

 **Text mit Bild verknüpfen**

 **Wort schlägt Text, Bild schlägt Wort**

Praxistipps abseits von TikTok

-  **Kamerabewegung und Zoom**
-  **Wichtige Fakten und Kernaussagen wiederholen**
-  **Ergebnisse und Kernbotschaften anteasen**

Herausforderungen

Herausforderungen

- **Erwartungen des Publikums (außen)**
- **Bedarf einer gemeinsamen Sprache in der Redaktion (innen)**
- **Styleguides/traditionelle Strukturen für bestimmte (TV-)Formate**

Gleich geschafft!

- **Nutzt Datenvideos, sie sind cool!**
- **Lernt aus euren bisherigen Erfahrungen – egal, ob Web-, TV- oder Social-Media-Inhalte!**
- **Nutzt das Beste aus beiden Welten!**

Quellen

Hans Rosling's 200 Countries, 200 Years, 4 Minutes - The Joy of Stats, BBC <https://youtu.be/jbkSRLYSojo?si=OfqGsoMjJpAPRvBR>

Rents in Germany, realestate.sandeep_, https://www.instagram.com/reel/DJt62_ntW-p/?igsh=MTA4bXU4YzRqZjZsaA==

Wie schnell würdest du für dieses Buch rennen?, Hugendubel,
<https://www.instagram.com/reel/DNLgt9xMuWW/?igsh=MXdreGF5dmonZXYydg==>

If Canada had proportional representation: Dave Meslin shows with Lego, CBC,
<https://www.youtube.com/watch?v=laUPeXZlPEg&t=10s>

Germany suspects sabotage behind severed undersea cables, BBC,
https://www.youtube.com/watch?v=B2ZOjin_mwo&list=PLS3XGZxi7cBW2s9Gv8kNV26oGoeo4d4IM&index=19

How Ukraine's operation 'Spider Web' in Russia unfolded, BBC,
<https://www.youtube.com/watch?v=1YuMxd44Y5o&list=PLS3XGZxi7cBW2s9Gy8kNV26oGoeo4d4IM&index=3>

Analyzing Asia's greenest and least green metropolises, DW, <https://www.youtube.com/watch?v=b4FigLAqoBI>

Quellen

Donald Trump's big beautiful bill explained, New York Times, <https://www.instagram.com/reel/DLlUk9xu3Se/>

Misleading Graph by CNBC, Math in Drag, Online Kyne - Math in Drag, <https://www.instagram.com/onlinekyne/reel/CBJ8GwhA9Dd/?hl=en>

Wo fallen die meisten durch die praktische Fahrprüfung?, ciara counts, <https://play.funk.net/channel/ciaracounts-12408/wo-fallen-die-meisten-durch-die-fahrpruefung-2069540>

This is a teenager. Let's track hundreds of teens into adulthood using this huge dataset, The Pudding, <https://www.youtube.com/watch?v=fKv1MixvoHk>

The chart that predicts recessions, Vox, <https://www.youtube.com/watch?v=xiiHjrewXNI>

The Marathon Route's Evolving Neighborhoods, New York Times, <https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/interactive/2011/11/05/nyregion/the-evolving-neighborhoods-along-the-marathon.html>

America's dirty divide: how heat is hurting lives from birth, The Guardian, <https://www.youtube.com/watch?v=5UaPCwBtRKc&t=377s>

The Dangers of Flash Flooding | IMR, The Weather Channel, <https://www.youtube.com/watch?v=PvJuocemHS4>

Quellen

Die Super-Reichen und die Klimakrise, ARTE, <https://www.youtube.com/watch?v=kFAsx4ZM2pY>

The tricky plan for negative emissions, Vox, <https://www.vox.com/videos/2023/4/6/23672939/negative-emissions-carbon-dioxide-removal-methods>

Unsere Haut - Wie viel Sonne ist gesund?, ARD Wissen, <https://www.ardmediathek.de/video/auf-spurensuche-oder-ard-wissen/unsere-haut-wie-viel-sonne-ist-gesund/swr/Y3JpZDovL3N3ci5kZS9hZG9vZlVNTU4NTc>

Climate change and news audiences report 2024: Analysis of news use and attitudes in eight countries, Reuters Institute Oxford, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/climate-change-and-news-audiences-report-2024-analysis-news-use-and-attitudes-eight-countries>

Why Middle School Sucks, <https://www.youtube.com/watch?v=b4zLknfko5Q>

@ciara.counts (Tiktok), <https://www.tiktok.com/@ciara.counts>

Pie Charts Are the Worst, Business Insider., <https://www.businessinsider.com/pie-charts-are-the-worst-2013-6?IR=T#ixzz2WU7bwUIY>

[@FabianHabersack \(X\), 18.03.2021](#)

Le Monde diplomatique, September 2025

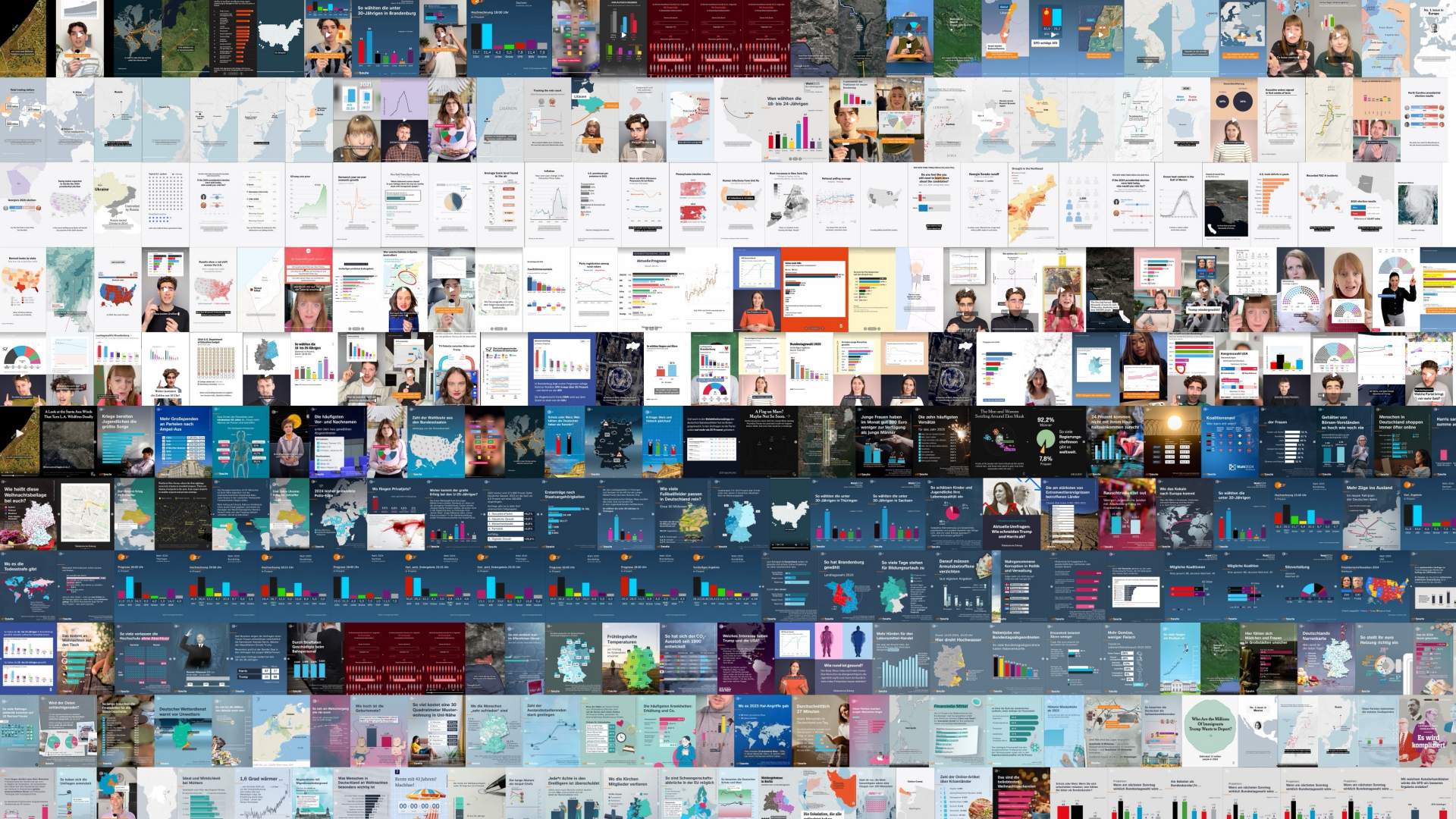
[Wegsperrten oder heilen? Was tun mit psychisch kranken Straftäter:innen?, STRG F, 18.01.2022](#)

Datenvisualisierungen auf Instagram und TikTok

Eine Analyse im Überblick

Was ich euch zeigen will

- Wie die Masterarbeit entstanden ist (Kontext Masterarbeit)
- Wie ich bei der Analyse vorgegangen bin (Methodik der Analyse)
- Was und wie verschiedene Publisher auf Instagram + TikTok posten
- Welche weiteren Beispiele für Daten-Postings es gibt (Weitere Beispiele)
- Was ich aus meinen Beobachtungen ableite (Handlungsempfehlungen)



Hintergrund & Methode

Wie die Masterarbeit entstanden ist

- Masterarbeit entstand im Rahmen meiner Tätigkeit als Werkstudent in der SPIEGEL-Entwicklungsredaktion
- Hintergrund: Workflows für die Zusammenarbeit zwischen den Ressorts Daten & Visualisierungen und Crossmedia sollten verbessert werden
- Fragestellung meiner Masterarbeit: Wie können Medienhäuser datengetriebene Recherchen und Visualisierungen auf Instagram und TikTok ausspielen?
- Was ich gemacht habe: Konkurrenzanalyse, FAZ-Hintergrundgespräch, Ressort-Workshops beim SPIEGEL

Wie ich bei der Analyse vorgegangen bin

- Analyse von: DIE ZEIT, FAZ, SZ, ZDFheute, New York Times und DER SPIEGEL
- Kategorien: Posting-Typ, Chart-Typ, Interaktion
- Sonstige Informationen: Posting-Link, Artikel-Link, Posting-Datum, geplusterte Themen
- Zeitraum: 01.09.2024 bis 28.02.2025
=> Bundestagswahl, US-Wahl, Landtagswahlen in ostdeutschen Bundesländern

Instagram	TikTok
519 Postings	153 Postings

Wie ich bei der Analyse vorgegangen bin

Medium	Thema clustered	Thema	Posting-Link	Artikel-Link	Format	Posting-Typ	Visualisieru	Likes	Kommentare	Saves	Shares	Aufrufe	Engagement-Rate	Posting-Dati	Artikel-Datu
ZEIT Online	Wahlen und Politik	Nach Bundestags	https://www	https://www	Einzelgrafike	Video	Säulen, part	149700	2762	16400	12300	1900000	9,53	27.02.25	28.02.25 (up
ZEIT Online	Gesellschaft und si	Frauenanteil im E	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Säulen, part	8495	532	324	312	142900	6,76	26.02.25	-
ZEIT Online	Wahlen und Politik	Bundestagswahl:	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Säulen	11500	138	478	127	206600	5,93	25.02.25	-
ZEIT Online	Wahlen und Politik	Die fünf wichtigst	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Balken, Säul	20400	336	1692	1567	154300	15,55	24.02.25	-
ZEIT Online	Wahlen und Politik	Bundestagswahl:	https://www	-	Datenstück	Video	Säulen, Balk	163	7	10	21	8774	2,29	24.02.25	-
ZEIT Online	Wahlen und Politik	Bundestagswahl:	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Säulen	1661	89	100	70	42300	4,54	23.02.25	-
ZEIT Online	Wahlen und Politik	Wie Wahlumfrage	https://www	https://www	Datenstück	Video	Linien, chan	3246	58	191	81	47000	7,61	22.02.25	-
ZEIT Online	Medien und Kultur	So sieht die For-Y	https://www	https://www	Datenstück	Video	-	10400	226	665	254	174800	6,60	21.02.25	19.02.25
ZEIT Online	Wahlen und Politik	Bundestagswahl:	https://www	https://www	Einzelgrafike	Video	Karte, Säuler	11000	453	1273	962	520300	2,63	17.02.25	13.02.25
ZEIT Online	Wahlen und Politik	Bundestagswahl:	https://www	https://www	Datenstück	Video	Säulen, Anir	29600	1046	4737	5505	533700	7,66	14.02.25	21.02.25 (up
ZEIT Online	Wahlen und Politik	Bundestagswahl:	https://www	https://www	Datenstück	Video	scatter plot	17700	553	2041	1472	291900	7,46	13.02.25	08.02.25
ZEIT Online	Wahlen und Politik	Bundestagswahl:	https://www	https://www	Datenstück	Video	change over	45000	1769	3348	2934	894600	5,93	06.02.25	20.02.25 (up
ZEIT Online	Klima und Umwelt	Größter Eisberg d	https://www	https://www	Datenstück	Video	Karte	5866	92	327	123	160300	4,00	31.01.25	17.12.24
ZEIT Online	Konflikte und Krise	Machtwechsel in	https://www	https://www	Einzelgrafike	Video	Karte	2350	74	237	101	73700	3,75	20.12.24	08.12.24
ZEIT Online	Wahlen und Politik	US-Wahl: Welche	https://www	https://www	Datenstück	Video	change over	9093	312	766	245	167700	6,21	07.11.24	06.11.24
ZEIT Online	Wahlen und Politik	US-Wahl: Wer ist	https://www	https://www	Datenstück	Video	Säulen	22300	478	1621	916	403400	6,28	04.11.24	31.10.24
ZEIT Online	Medien und Kultur	For-You-Page von	https://www	https://www	Datenstück	Video	-	3812	45	226	61	60800	6,82	04.11.24	03.11.24
ZEIT Online	Gesellschaft und si	Wo soll ich wohn	https://www	https://www	Datenstück	Video	Karte, Anima	838	29	244	81	26900	4,43	30.10.24	18.09.24
ZEIT Online	Gesellschaft und si	Der Beruf-O-mat	https://www	https://www	Datenstück	Video	Test	518	25	168	26	13300	5,54	07.10.24	04.10.24 (up
ZEIT Online	Wahlen und Politik	Landtagswahl in F	https://www	https://www	Datenstück	Video	Säulen, Balk	2089	137	181	68	82500	3,00	23.09.24	-
ZEIT Online	Gesellschaft und si	So gefährlich ist d	https://www	https://www	Datenstück	Video	Karte, Tabel	234	30	26	16	6593	4,64	04.09.24	10.07.25 (up
ZEIT Online	Wahlen und Politik	Fehler bei Landta	https://www	https://www	Einzelgrafike	Video	Säulen, part	24300	871	1846	961	607100	4,61	02.09.24	-
ZEIT Online	Wahlen und Politik	Landtagswahl in S	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Säulen	4270	182	195	105	93900	5,06	01.09.24	-
SZ	Wahlen und Politik	Bundestagswahl:	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Balken	165	20	11	4	3316	6,03	27.02.25	-
SZ	Wahlen und Politik	Bundestagswahl:	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Karte, scatte	147	10	11	2	2230	7,62	25.02.25	-
SZ	Wahlen und Politik	Bundestagswahl:	https://www	-	Einzelgrafike	Video	part to whole	642	25	51	7	23600	3,07	25.02.25	-
SZ	Wahlen und Politik	Bundestagswahl:	https://www	-	Einzelgrafike	Carousel	Balken, Karte	82	4	8	4	1710	5,73	24.02.25	-
SZ	Wahlen und Politik	Bundestagswahl:	https://www	-	Einzelgrafike	Carousel	Balken, part	88	1	6	4	8089	1,22	23.02.25	-
SZ	Wahlen und Politik	Bundestagswahl:	https://www	-	Einzelgrafike	Video	symbol-prop	152	6	9	6	2077	8,33	20.02.25	-
SZ	Konflikte und Krise	Ukrainekrieg: Frie	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Karte	143	46	9	3	6595	3,05	19.02.25	-
SZ	Klima und Umwelt	Klimakrise im Wa	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Linien (chan	164	8	10	0	2915	6,24	13.02.25	-
SZ	Konflikte und Krise	Anschlag in Münc	https://www	-	Einzelgrafike	Carousel	Karte	72	21	2	3	2566	3,82	13.02.25	-
SZ	Wahlen und Politik	Wahlkampf: Part	https://www	-	Datenstück	Carousel	Balken	67	4	8	10	1490	5,97	10.02.25	-
SZ	Wahlen und Politik	Umfragungewerte de	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Linien (chan	36	3	4	2	6314	0,71	07.02.25	-
SZ	Wahlen und Politik	Union-Antrag im E	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Säulen	6496	448	368	208	107800	6,98	30.01.25	-
SZ	Wirtschaft und Tec	Meme-Coins	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Linien	82	4	8	2	1452	6,61	28.01.25	-
SZ	Wahlen und Politik	Finanzieller Profit	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Säulen, Kreis	119	28	23	11	4623	3,92	27.01.25	-
SZ	Wahlen und Politik	Wahl in Österreic	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Balken	193	36	23	23	6646	4,14	08.01.25	-
SZ	Wirtschaft und Tec	Wirtschaftskrise	https://www	-	Einzelgrafike	Video	Linien, Tabel	922	126	167	59	32000	3,98	23.12.24	-

Analyse & Beobachtungen

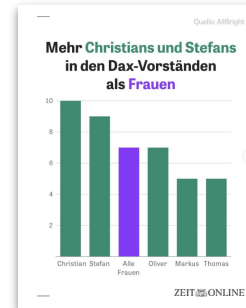
Was und wie verschiedene Publisher auf Instagram + TikTok posten



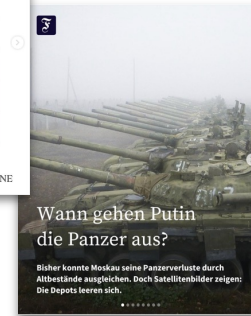
<https://www.instagram.com/p/DBMzwo0N9oa/>



<https://www.instagram.com/p/DBGspuYv8Cl/>



https://www.instagram.com/p/DBLeGD-t79m/?hl=en&img_index=1
https://www.instagram.com/p/DD4AjcHPJss/?hl=en&img_index=1



<https://www.tiktok.com/@zeit/video/7471319131481001238?lang=de-DE>

Analyse Instagram und TikTok (Anzahl der Daten-Postings)

ZDFheute und New York Times dominieren

Anzahl der Postings je Publisher im untersuchten Zeitraum*

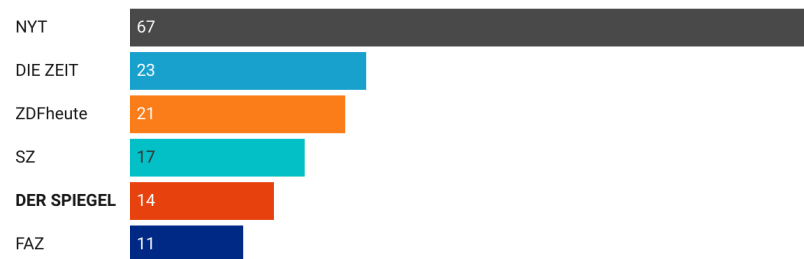


* 01.09.24 bis 28.02.25

Grafik: Jan Geusen • Erstellt mit Datawrapper

New York Times und DIE ZEIT dominieren

Anzahl der Postings je Publisher im untersuchten Zeitraum*



* 01.09.24 bis 28.02.25

Grafik: Jan Geusen • Quelle: TikTok, eigene Erhebung • Erstellt mit Datawrapper

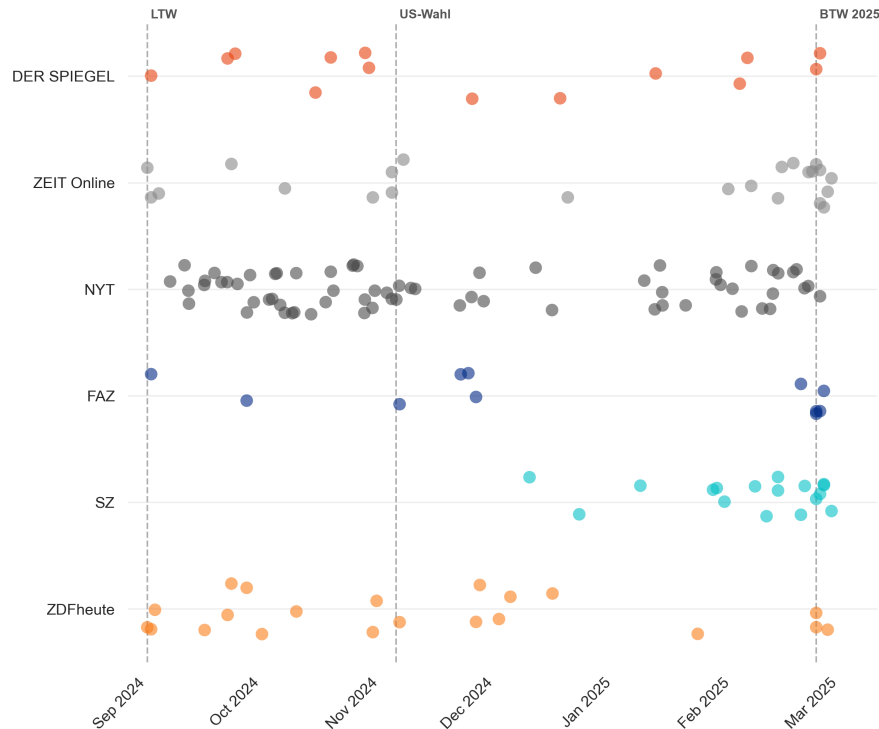
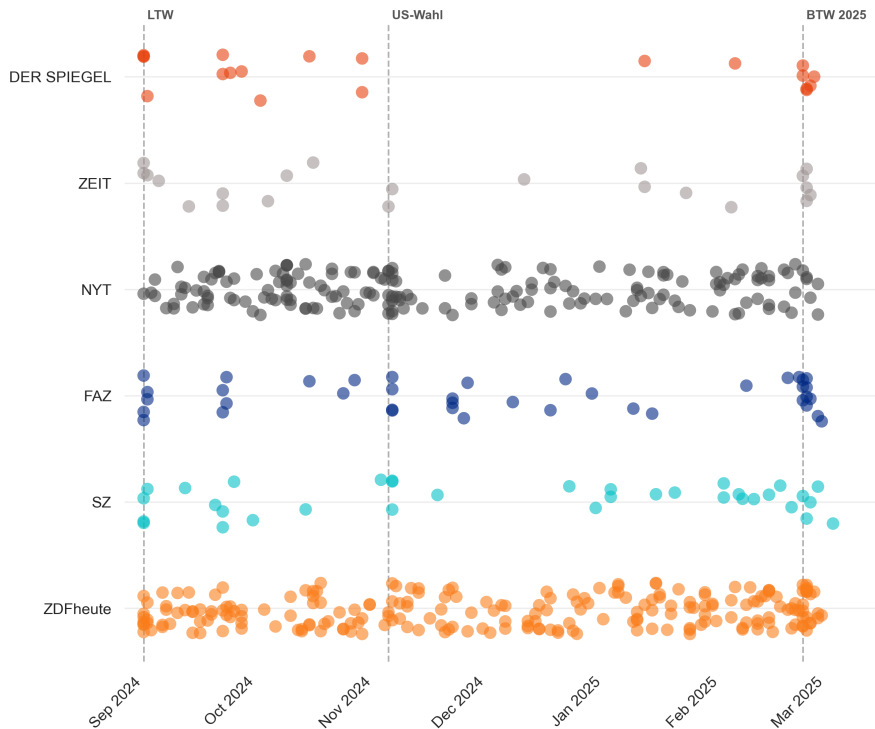
Analyse Instagram und TikTok (Verteilung der Daten-Postings)

Chronologische Verteilung von 519 Postings

Chronologische Verteilung von 153 Postings

Instagram: Publikationsmuster

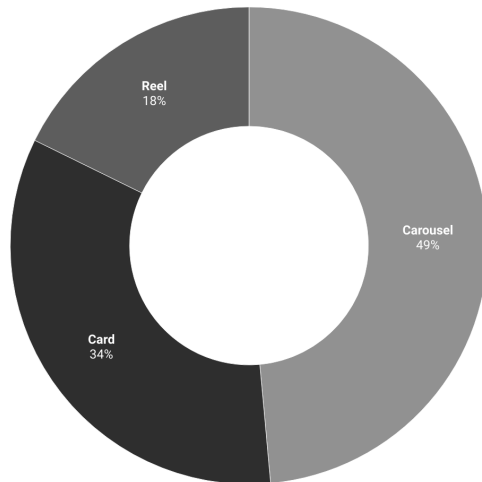
TikTok: Publikationsmuster



Analyse Instagram und TikTok (Daten-Posting-Typ)

Welcher Posting-Typ dominiert auf Instagram?

Anzahl der Postings nach Typ im Untersuchungszeitraum*

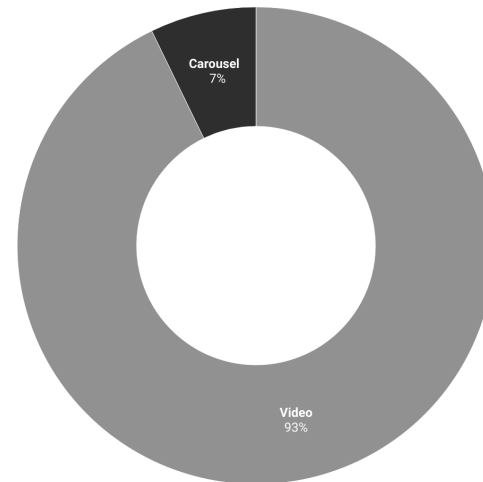


* 01.09.2024 bis 28.02.2025

Grafik: Jolan Geusen • Quelle: Instagram, eigene Erhebung • Erstellt mit Datawrapper

Welcher Posting-Typ dominiert auf TikTok?

Anzahl der Postings nach Typ im Untersuchungszeitraum*



* 01.09.2024 bis 28.02.2025

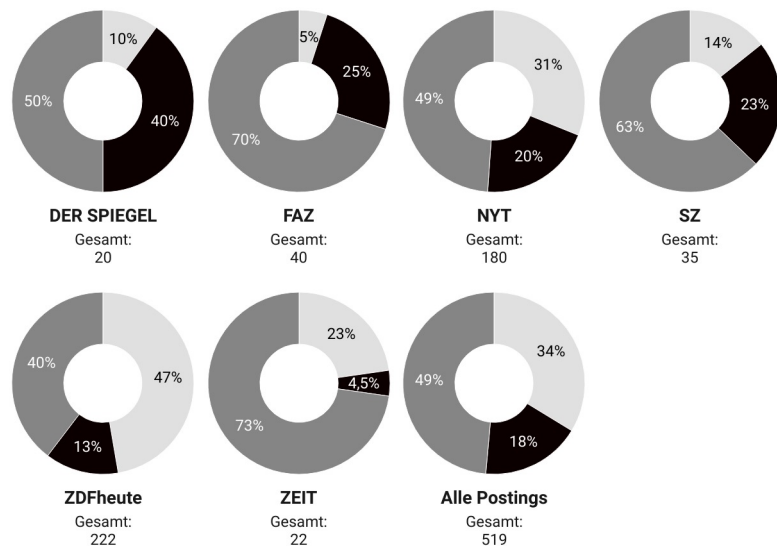
Grafik: Jolan Geusen • Quelle: Instagram, eigene Erhebung • Erstellt mit Datawrapper

Analyse Instagram und TikTok (Daten-Posting-Typ)

Welcher Posting-Typ dominiert auf Instagram?

Anzahl der Postings nach Typ im Untersuchungszeitraum*

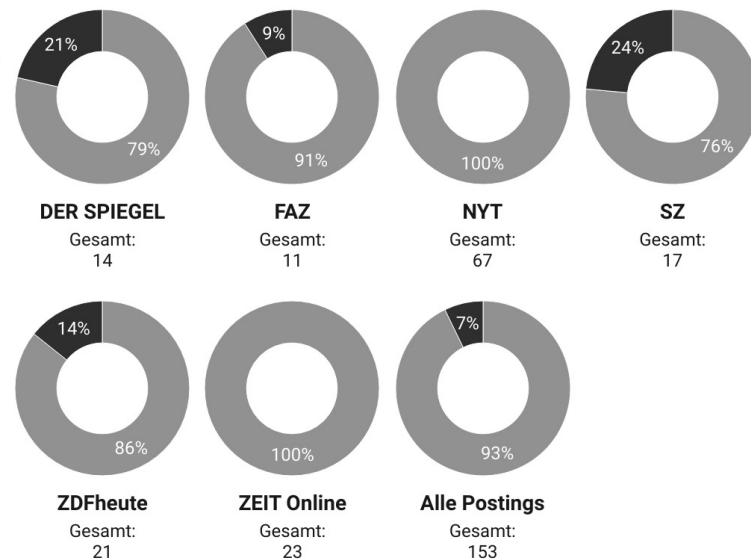
■ Card ■ Reel ■ Carousel



Welcher Posting-Typ dominiert auf TikTok?

Anzahl der Postings nach Typ und Publisher im Untersuchungszeitraum*

■ Video ■ Carousel



* 01.09.2024 bis 28.02.2025

Grafik: Jan Geusen • Quelle: Instagram, eigene Erhebung • Erstellt mit Datawrapper

* 01.09.2024 bis 28.02.2025

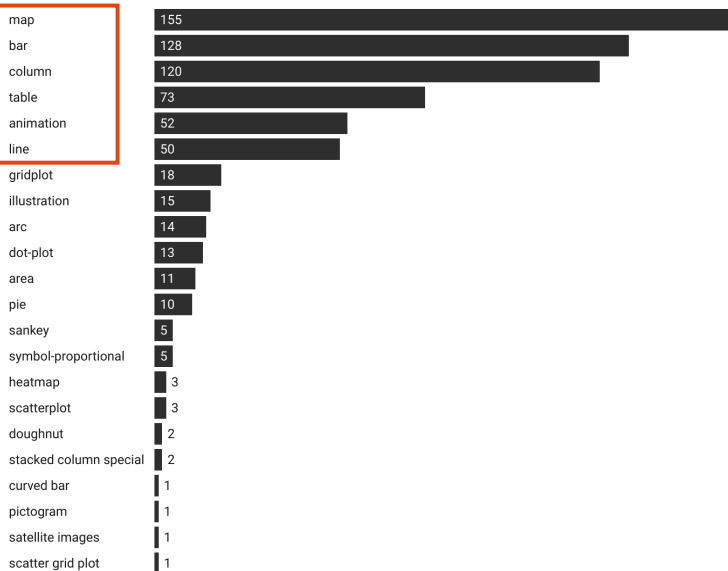
Grafik: Jan Geusen • Quelle: Instagram, eigene Erhebung • Erstellt mit Datawrapper

Analyse Instagram und TikTok (Chart-Typ)

Instagram

Chart-Typ nach Anzahl auf Instagram

Menge verwendeter Charts aller Postings mit Grafikbezug ausgewählter Publisher* auf Instagram im Erhebungszeitraum**



* New York Times, ZDFheute, DIE ZEIT, SZ, FAZ, DER SPIEGEL

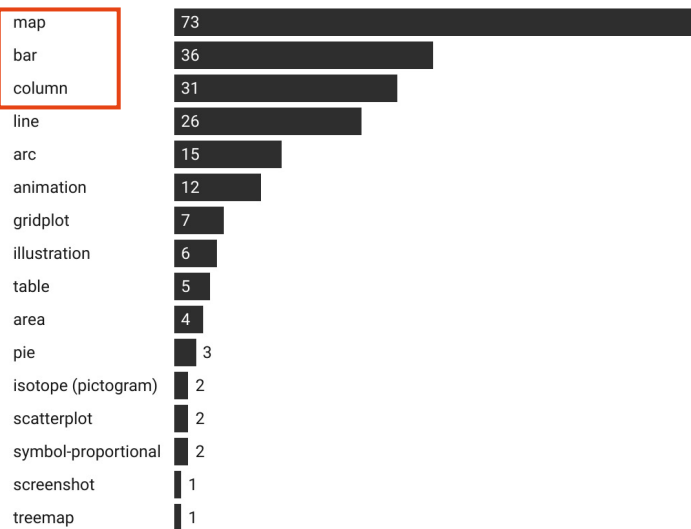
** 01.09.2024 bis 28.02.2025

Grafik: Jolan Geusen • Erstellt mit Datawrapper

TikTok

Charttyp nach Anzahl auf TikTok

Menge verwendeter Charts aller Postings mit Grafikbezug ausgewählter Publisher* auf TikTok im Erhebungszeitraum**



* New York Times, ZDFheute, DIE ZEIT, SZ, FAZ, DER SPIEGEL

** 01.09.2024 bis 28.02.2025

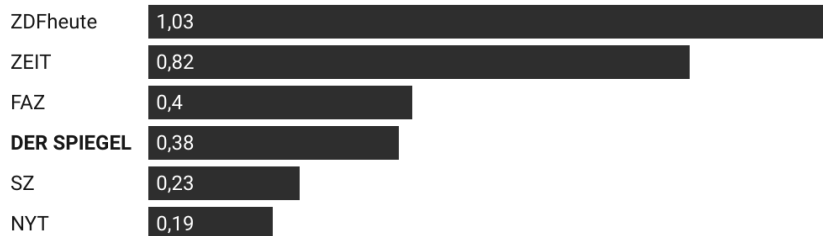
Grafik: Jolan Geusen • Erstellt mit Datawrapper

Analyse Instagram und TikTok (Engagement)

Instagram

Welcher Publisher ist am „erfolgreichsten“ auf Instagram?

Durchschnittliches Engagement* ausgewählter Publisher im Untersuchungszeitraum** auf Instagram



*Berechnung: $Engagement-Rate = ((Likes + Kommentare \text{ des Posts}) / Followerzahl \text{ des Accounts}) * 100$
** 01.09.2024 bis 28.02.2025

Erstellt mit Datawrapper

TikTok

Welcher Publisher ist am „erfolgreichsten“ auf TikTok?

Durchschnittliches Engagement* ausgewählter Publisher im Untersuchungszeitraum** auf TikTok



*Berechnung: $Engagement-Rate = ((Likes + Kommentare + Shares + Saves \text{ des Posts}) / Aufrufe \text{ des Posts}) * 100$
** 01.09.2024 bis 28.02.2025

Erstellt mit Datawrapper

Analyse Instagram und TikTok (Zusammenfassung)

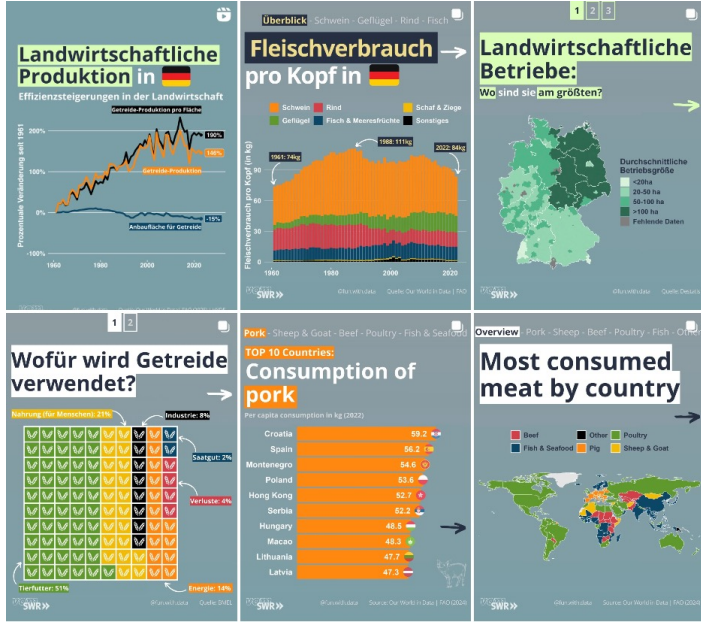
- Die häufigsten Chart-Typen auf beiden Plattformen: **Karten, Balken und Säulen**
- Wenig zum Einsatz kommen: Torten und Donut-Charts
- Auf TikTok: 93% Videos, auf Instagram: **ca. 50% Carousel-Posts**
- Erfolg lässt sich schwer definieren und messen

Analyse Instagram und TikTok (Weitere Beobachtungen)

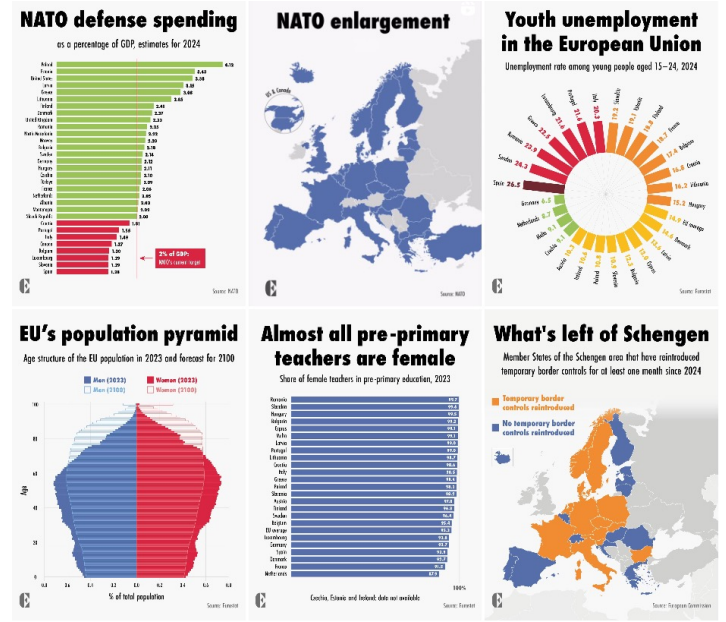
- Unterscheidung in:
 - “Erzählung mit Daten” (Grafiken werden eingeblendet, nicht aber länger besprochen) => passt zu Artikeln mit Grafik(en)
 - “Erzählung über Daten” (Grafiken werden eingeordnet/besprochen/erklärt) => passt zu datengetriebenen Stories
- Häufigste Posting-Form: Chart-driven-Carousel-Explainer
- DIE ZEIT nutzt oft “presenter-driven explainers” und “lockt” mit kostenlosem Link für Datenstücke
- TikTok bietet Potenzial für direkte Verlinkung

Weitere Beispiele für Daten-Postings

Weitere Beispiele für Daten-Postings

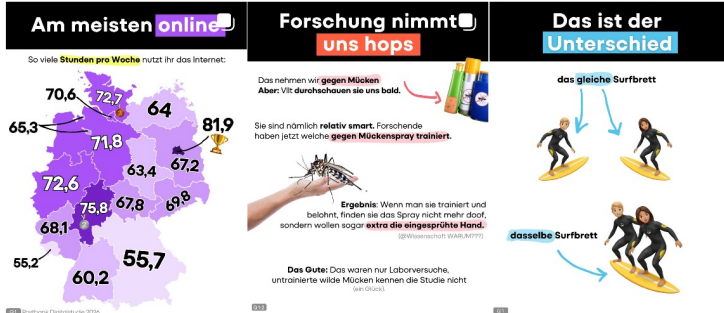


[@fun.with.data](https://www.fun.with.data)

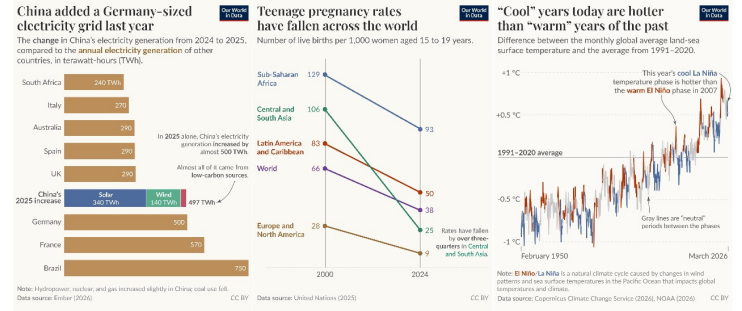
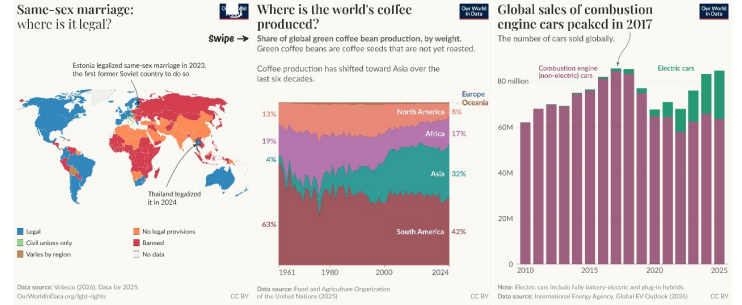


[@europe.magazine](https://www.europe.magazine)

Weitere Beispiele für Daten-Postings (Instagram)



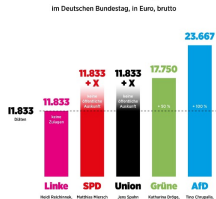
@funk



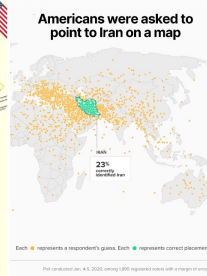
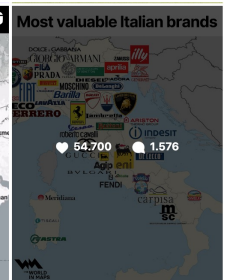
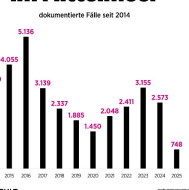
@ourworldindata

Weitere Beispiele für Daten-Postings (Instagram)

Diäten + Zulagen für Fraktionsspitzen im Deutschen Bundestag, in Euro, brutto



32.226 Tote und Vermisste im Mittelmeer



[@katapultmagazin](https://www.instagram.com/katapultmagazin)

[@the.world.in.maps](https://www.instagram.com/the.world.in.maps)

Weitere Beispiele für Daten-Postings (TikTok)

The screenshot shows the TikTok profile of 'piechartpirate' by Sjoerd Tilmans. The profile has 111 followers, 27.6K followers, and 1.1M likes. It features a bio with 'Weekly new data visualisations' and a link to 'www.sjdataviz.com/links'. The video grid includes:

- 'Fixiert World Price Increase' (3.8M views)
- 'Fixiert DOWN TIMING IN THE' (971.5K views)
- 'Gerade angeschaut' (2.7M views)
- 'GDP per Capita in G20' (horizontal bar chart)
- 'Natural Honey Production (in Tonnes)' (horizontal bar chart)
- 'Commercial bank branches in the G20 (per 100,000 adults)' (horizontal bar chart)

[@piechartpirate](#)

The screenshot shows a Financial Times data visualization post titled 'DATA POINTS'. The text reads: 'Young adults in the Anglosphere are losing faith in the idea that hard work is rewarded with success'. Below the text is a line chart showing the percentage of people who believe hard work brings success (vs. luck) across age groups (18-29, 40-49, 60-69) in various countries. The chart shows a general upward trend in faith in hard work with age, with the UK and US showing the highest levels. A source note at the bottom reads: 'Source: FT analysis of World Values Survey FINANCIAL TIMES'. A black box at the bottom of the post contains the text: 'but in English speaking-countries, only older people have kept the faith.'

[@financialtimes](#)

Weitere Beispiele für Daten-Postings (TikTok)

ciara.counts Ciara

Folgen Nachricht

23 Gefolgt 1585 Follower*innen 138.7K Likes

Zahlen lügen (meistens) nicht.
mit Datenjournalistin Ciara von funk 🎤

play.funk.net/impresum

Videos Erneute Veröffentlichungen

Aktuelles Beliebte Älteste

Fixiert

142.7K

323K

519K

Warum die Fälsch-Statistik falsch ist

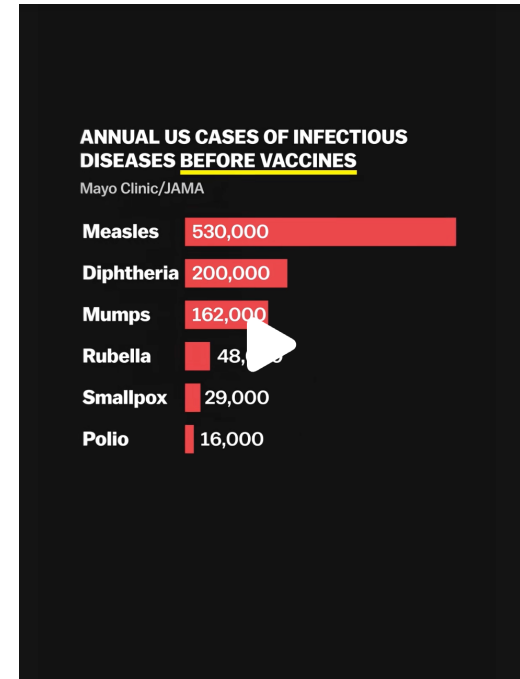
Wo wird am meisten Alkohol getrunken?

Warum dir unterschiedliche Kleiderrößen passen

So viel kostet das Patriarchat

Trotz Studium

[@ciara.counts](https://www.tiktok.com/@ciara.counts)



[@vox](https://www.tiktok.com/@vox)

Learnings & Handlungsempfehlungen

Handlungsempfehlungen

- Wichtige Großereignisse sollten visuell abgebildet sein (z.B. bedeutende Wahlen, Naturkatastrophen, Kriegshandlungen)
- **Keep it simple or make it fancy** => einfache Grafiken oder opulente Postings mit Montagen, Karten und der vollen Palette
- **Simple Cards mit einer Grafik (und Mehrwert)**, z.B. Tabellen wie bei ZDFheute können sich lohnen
- Auch Daten-Content sollte **plattformgerecht** sein
- Frühe Abstimmung und Planung der Inhalte, enger Austausch zwischen Daten- und Social-Team

Handlungsempfehlungen und Orientierung

Leitfragen im Umgang mit datenjournalistischen Inhalten auf Social Media

Gestaltung und Visualisierung

- Ist der Grafiktitel prägnant und vermittelt er die zentrale Aussage verständlich?
- Wird ein einfacher und intuitiv verständlicher Diagrammtyp (z. B. Balkendiagramm, Säulendiagramm, Karte) verwendet?
- Hebt sich die Visualisierung durch kreative und nicht standardisierte Ansätze so ab, dass sie als „Scroll-Stopper“ fungieren könnte?
- Sind die verwendeten Farben und Schriften kontrastreich und leserlich?

Storytelling und Inhalte

- Funktioniert der Inhalt eigenständig und nicht nur als Teaser für externe Artikel?
- Wird das datenjournalistische Thema durch (personalisiertes) Storytelling greifbar und nahbar gemacht?
- Wird die Visualisierung klar und verständlich erklärt, z. B. durch Video-Explainer oder interaktive Elemente?
- Welche Formate eignen sich am besten für die Präsentation des Themas?
 - Kurze Inhalte: „Teaser Charts“ oder einfache Cards?
 - Komplexe Inhalte: Carousel-Posts oder Video-Explainer?

Organisation und Kollaboration

- Wurde das datenjournalistische Projekt frühzeitig und interdisziplinär zwischen Redaktion und Social-Media-Team abgestimmt?
- Sind die Zuständigkeiten und Kommunikationswege (z. B. Chatgruppen, Funktionspostfächer) klar definiert, um eine effiziente Umsetzung zu gewährleisten?

Themenauswahl

- Ist das Thema für Social Media geeignet und bietet die datenbasierte Aufbereitung einen Mehrwert für die Zielgruppe?
- Spricht das Thema ein breites gesellschaftliches Interesse an oder knüpft es an aktuelle Ereignisse (z. B. Wahlen, Krisen, Konflikte)?
- Wurde geprüft, ob geografische Darstellungen (z. B. Karten) für die visuelle Vermittlung des Themas sinnvoll sind?

Messbarkeit

- Werden alternative Erfolgskriterien neben den klassischen Metriken wie Likes, Shares und Follower:innen berücksichtigt (z. B. Qualität der Kommentare oder verständliche, plattformgerechte Aufbereitung)?

Referenzen

- [Kurzversion](#) meiner Masterarbeit und ihrer Ergebnisse
- Links zu den Tabellen/Auswertungen für [Instagram](#) und [TikTok](#)
- Visual Vocabulary der Financial Times: <https://ft-interactive.github.io/visual-vocabulary/>

Danke fürs Zuhören!

Für mehr Austausch schreibt uns gerne bei LinkedIn oder
per Mail (geusen.jolan@gmail.com)
und für Anne: hoehn.a@zdf.de
