

The background features a dark, almost black, space filled with numerous thin, elongated light streaks. These streaks are primarily in shades of vibrant blue and bright orange, radiating from a central point towards the edges, creating a sense of depth and motion, similar to a light tunnel or a starburst effect.

Handelsblatt
INFOGRAFIKEN

INFOGRAFIKEN WIRKEN NACHHALTIG!

... werden stark beachtet

73%

beachten sie immer/häufig



... wirken kompetent

94%

sprechen der Infografik Kompetenz zu



... multiplizieren die Wirkung

63%

reden mit Freunden/Bekannt-ten/Kollegen darüber



... aktivieren

52%

holen sich weiter Informationen zu dem Thema ein



... machen Werbung attraktiv

86%

finden, dass mit Infografiken Werbung attraktiver wird



- Infografiken werden sehr positiv bewertet: sie wirken kompetent (94%*), fallen auf (93%*), sind informativ (93%*), modern gestaltet (92%*), verständlich (91%*) und eine gute Darstellungsform für komplexe Inhalte (91%*).
- Darüber hinaus eignen sie sich ideal, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und Nachrichten zu vermitteln: 73% der Befragten geben an, die Infografik mindestens häufig zu betrachten, ganze 38% tun dies sogar immer.
- Schließlich erzeugen Infografiken ein hohes Engagement und haben ein sehr starkes Aktivierungspotenzial: Leser tauschen sich mit anderen darüber aus (63%**), holen weitere Informationen über die Inhalte ein (52%***) oder trennen die Infografik heraus und heben sie auf (49%**).
- Wer Werbung attraktiv gestalten und Kunden aktivieren möchte, hat mit der Infografik sehr hohe Aussichten auf Erfolg!
- Mit diesem Format gelingt es, laut 86% der befragten regelmäßigen Print-Leser, Werbung attraktiv zu gestalten (38% stimmen dem voll und ganz, 48% teilweise zu).

* Anteil der Top-2-Antworten („trifft voll und ganz zu“/ „trifft eher zu“).

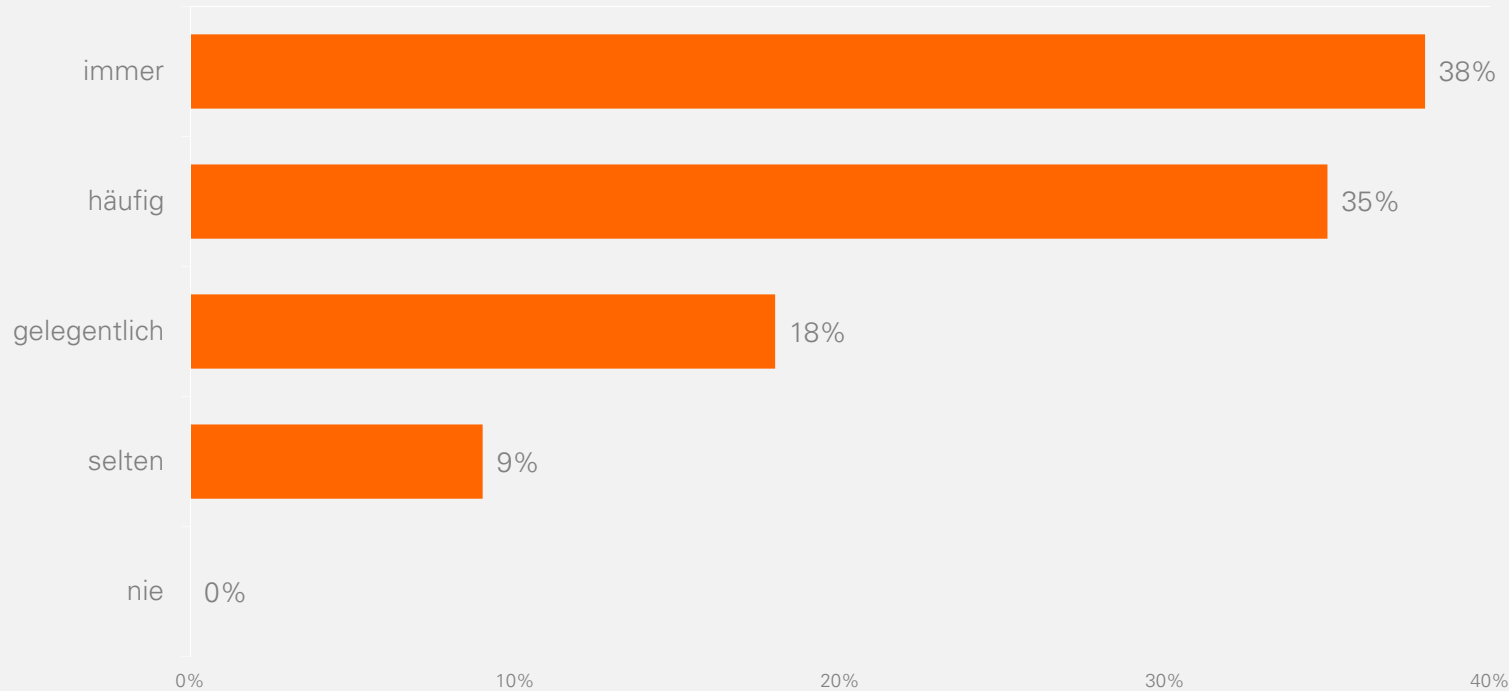
**Anteil der Befragten, der die beschriebene Handlung bereits mindestens 1 Mal unternommen hat.



INFOGRAFIKEN

INFOGRAFIKEN ERZEUGEN AUFMERKSAMKEIT!

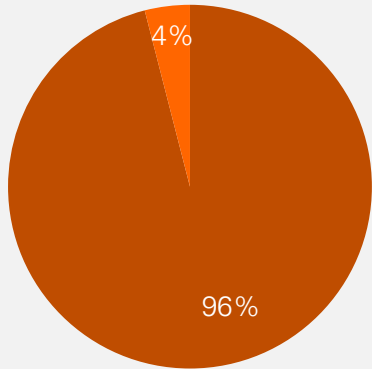
Betrachtungshäufigkeit der Infografik:



38% der Befragten beachten bzw. lesen die Grafik des Tages immer, weitere 35% häufig. Lediglich ein Befragter beachtet bzw. liest die Grafik des Tages nie.

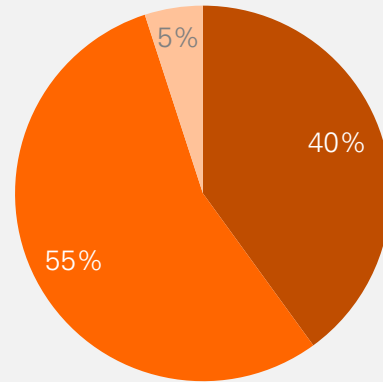
TEXT- UND BILDELEMENTE WERDEN INTENSIV BEACHTET

Überschrift / Schlagzeile



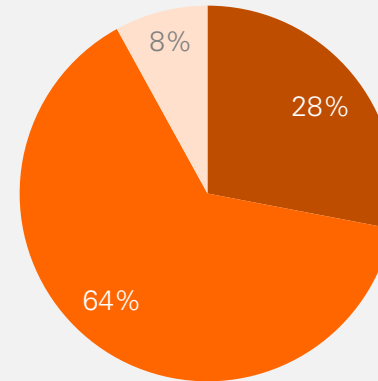
- Ja, lese normalerweise die Überschrift/Schlagzeile
- Nein, lese die Überschrift/Schlagzeile normalerweise nicht

Abbildungen/Bilder/Grafiken



- Nein, schaue mir normalerweise die Abbildungen/Bilder/Grafiken nicht an
- Ja, schaue mir normalerweise alle Abbildungen/Bilder/Grafiken an
- Ja, schaue mir normalerweise einen Teil der Abbildungen/Bilder/Grafiken an

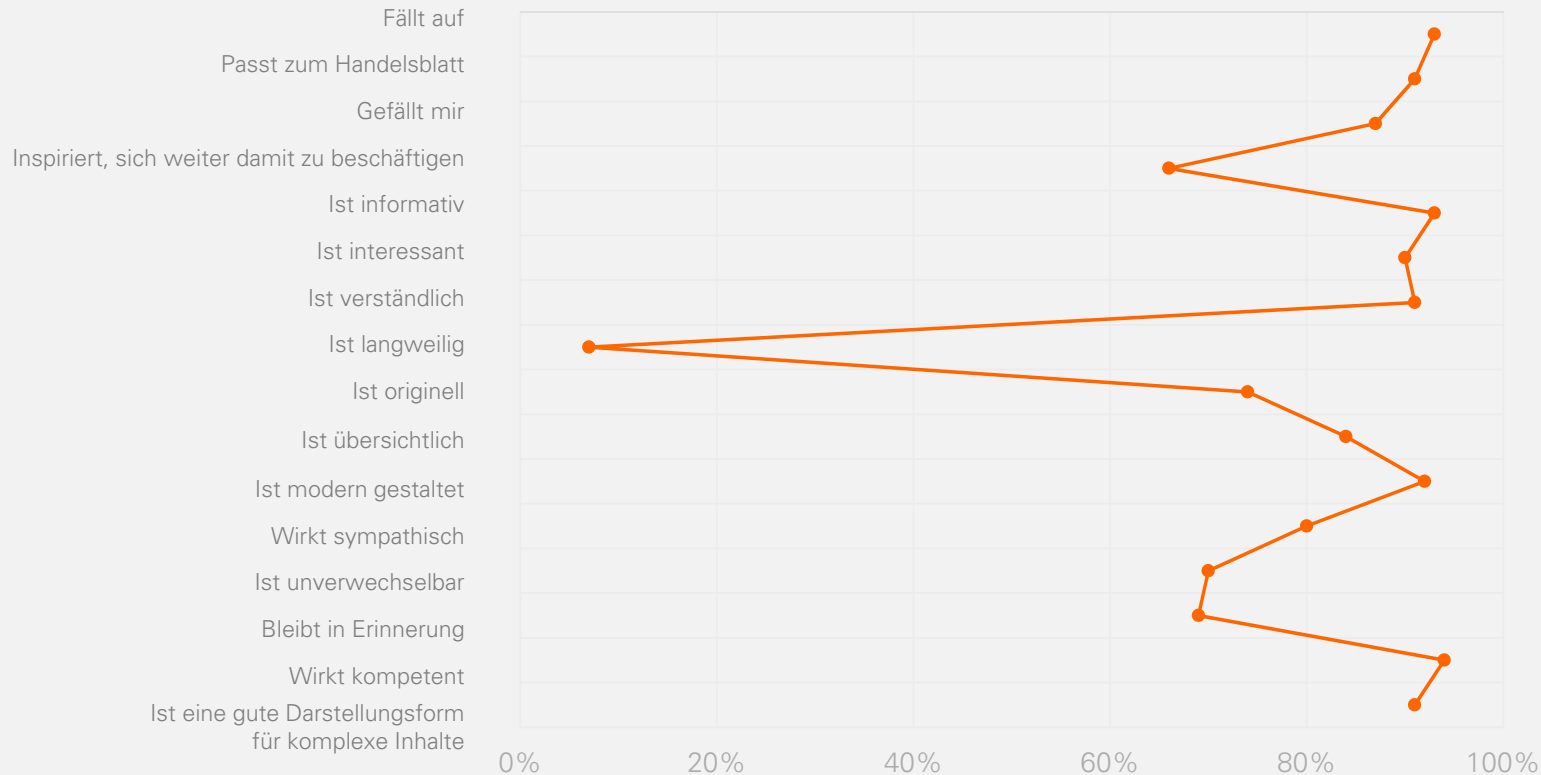
Text



- Lese den Text normalerweise ganz
- Lese den Text normalerweise teilweise
- Lese den Text normalerweise gar nicht

96% der Befragten, die Infografiken beachten, lesen normalerweise die Überschrift/Schlagzeile der Grafik des Tages, weitere 95% schauen sich mindestens einen Teil der Abbildungen/Bilder/Grafiken an und 92% lesen den Text mindestens teilweise.

INFOGRAFIKEN WERDEN SEHR POSITIV BEWERTET



Infografiken fallen v.a. auf, sind informativ, interessant, verständlich, nicht langweilig, modern gestaltet, wirken kompetent und sind eine gute Darstellungsform für komplexe Inhalte.

GRUNDSÄTZLICH MOTIVIEREN INFOGRAFIKEN UND SIND SEHR AKTIVIEREND

Ich habe die „Grafik des Tages“ aus der Zeitung **herausgetrennt und aufgehoben**



Ich habe die „Grafik des Tages“ an Freunde/ Bekannte/ Kollegen **weitergegeben**



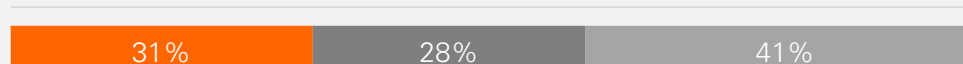
Ich habe über die „Grafik des Tages“ mit Freunden/ Bekannten/ Kollegen **gesprachen**



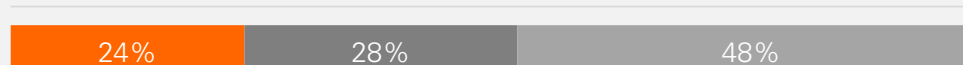
Ich habe die „Grafik des Tages“ Freunden/ Bekannten/ Kollegen **weiterempfohlen**



Im Verhältnis zu anderen Teilen des Handelsblattes habe ich mich relativ lang mit der „Grafik des Tages“ **beschäftigt**



Ich habe mir aufgrund der „Grafik des Tages“ weitere **Informationen über ein Thema/ die Inhalte eingeholt**



Ich habe aufgrund der „Grafik des Tages“ die **Internetseite einer Firma/ Marke besucht**

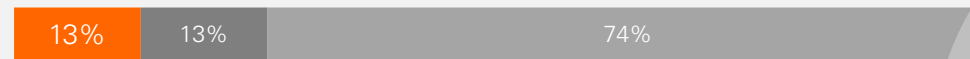


■ mehrmals ■ einmal ■ (noch) nie

84% der Befragten, die Infografiken beachten, wurden bereits von einer Infografik zu einer Handlung aktiviert. Fast zwei Drittel haben mit anderen schon einmal über die „Grafik des Tages“ gesprochen, knapp 60% haben sich schon mal länger als mit anderen Teilen des HB damit beschäftigt.

AUCH DIE WERBLICHE INFOGRAFIK LÖST SEHR HOHES ENGAGEMENT AUS UND AKTIVIERT!

Ich habe die „Grafik des Tages“ aus der Zeitung **herausgetrennt und aufgehoben**



Ich habe die „Grafik des Tages“ an Freunde/ Bekannte/ Kollegen **weitergegeben**



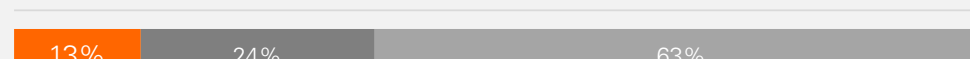
Ich habe über die „Grafik des Tages“ mit Freunden/ Bekannten/ Kollegen **gesprochen**



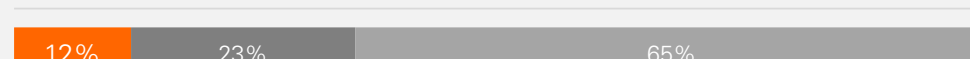
Ich habe die „Grafik des Tages“ Freunden/ Bekannten/ Kollegen **weiterempfohlen**



Im Verhältnis zu anderen Teilen des Handelsblattes habe ich mich relativ lang mit der „Grafik des Tages“ **beschäftigt**



Ich habe mir aufgrund der „Grafik des Tages“ weitere **Informationen über ein Thema/ die Inhalte eingeholt**



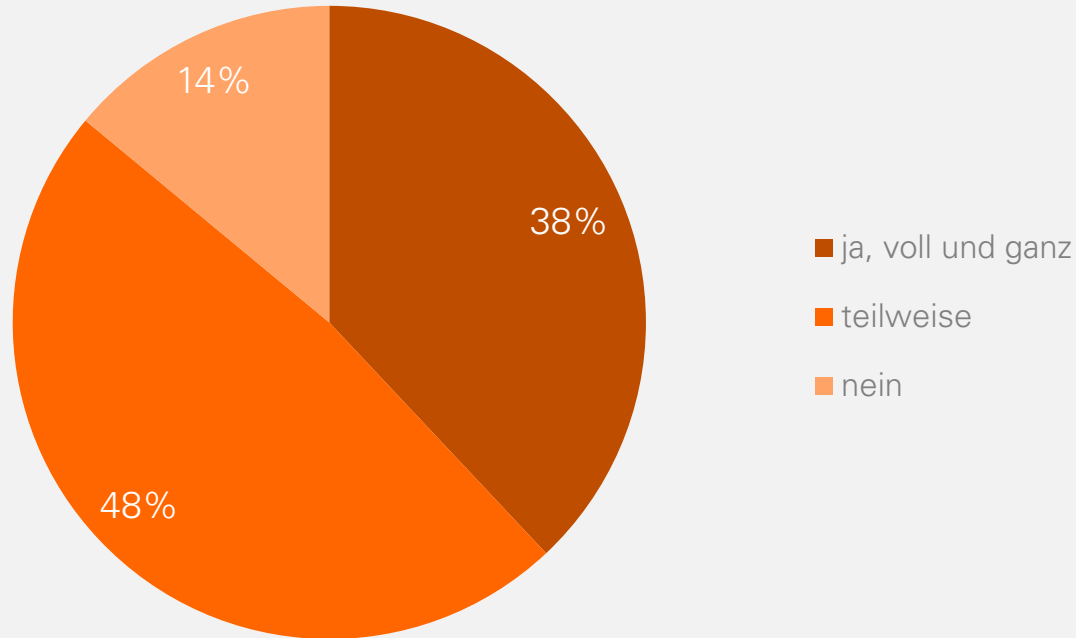
Ich habe aufgrund der „Grafik des Tages“ die **Internetseite einer Firma/ Marke besucht**



■ mehrmals ■ einmal ■ (noch) nie

61% wurden bereits mind. einmal durch eine werblichen Infografik aktiviert. 40% haben schon einmal über die werbliche Grafik des Tages mit anderen gesprochen. Die Internetseite der Firma/Marke haben 16% schon einmal aufgrund der Werbegrafik besucht.

MIT DER WERBLICHEN „GRAFIK DES TAGES“ GELINGT ES, WERBEFORMATE FÜR DIE LESER ATTRAKTIVER ZU GESTALTEN!



38% der Befragten sind der Meinung, dass es mit der Grafik des Tages voll und ganz gelingt, Werbeformate für die Leser attraktiver zu gestalten. Weitere 48% können dem teilweise zustimmen. Nur 14% sind der Meinung, dass dies nicht gelingt.

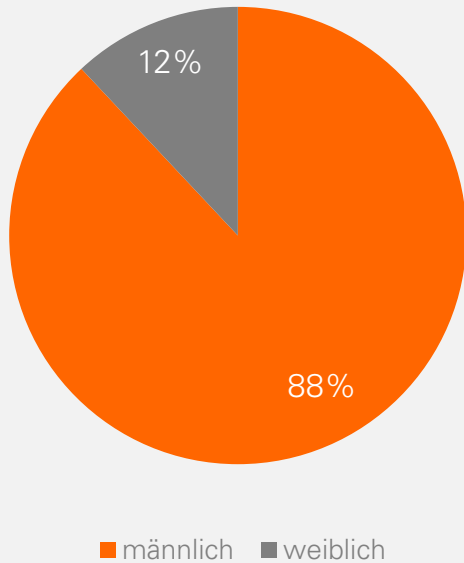


SOZIODEMOGRAPHIE

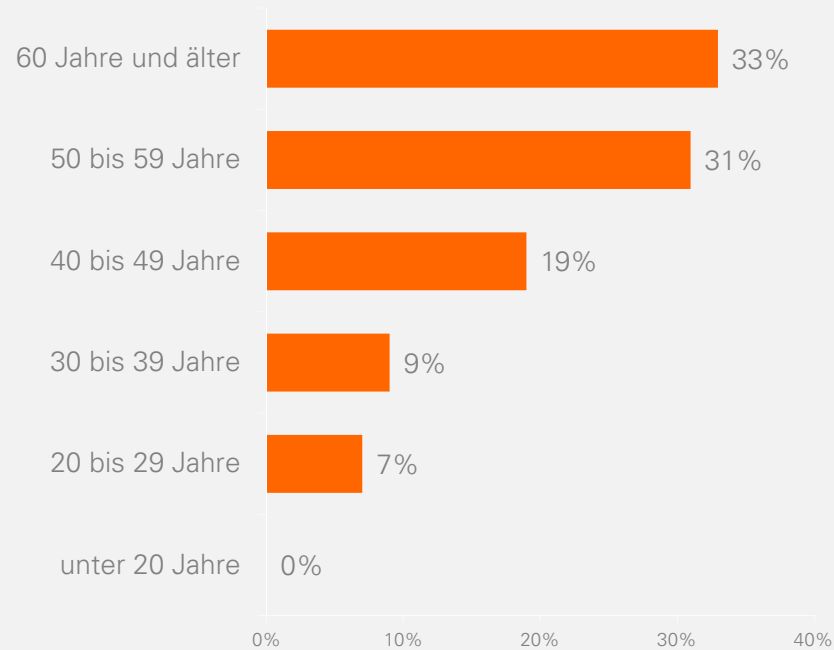


GESCHLECHT UND ALTER DER BEFRAGTEN

Geschlecht der Befragten

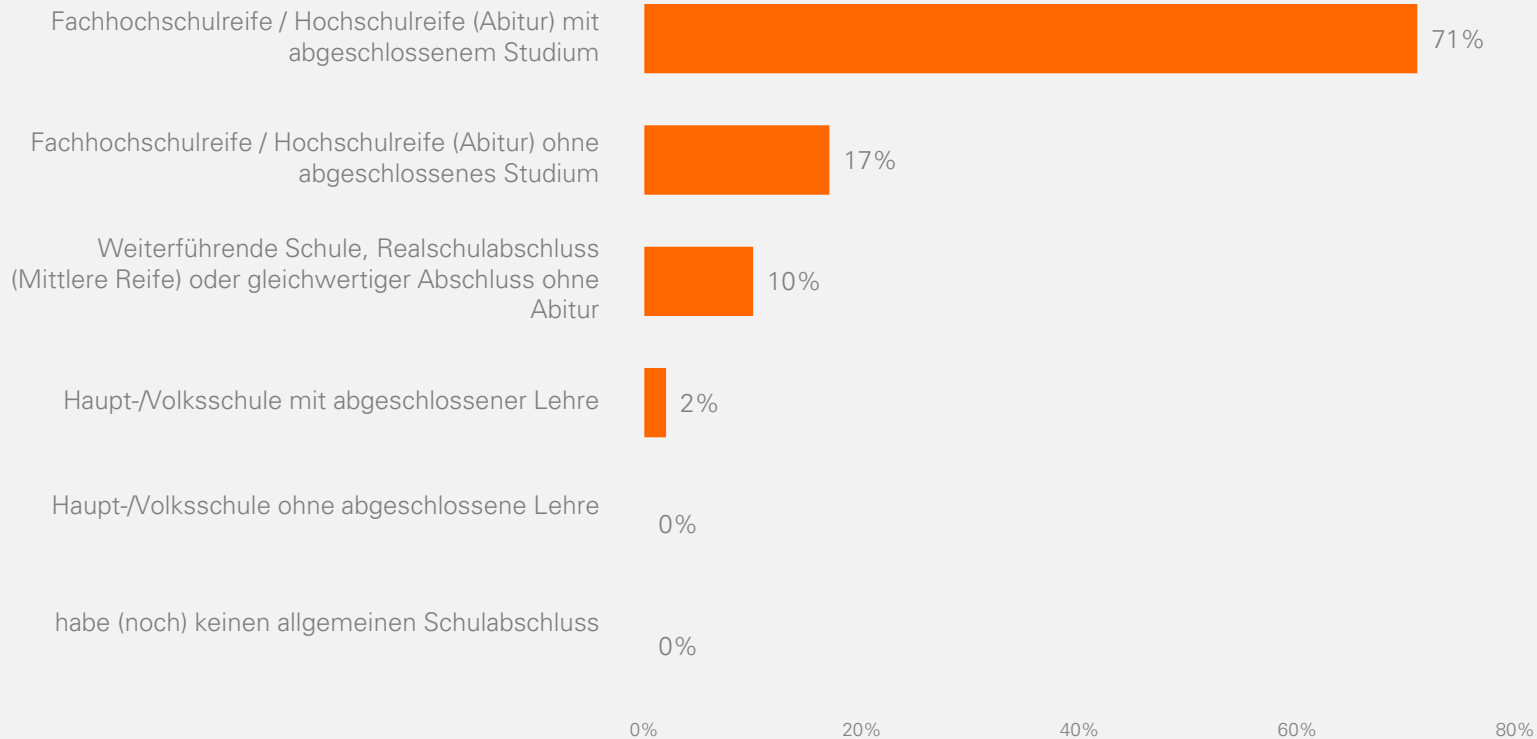


Alter der Befragten



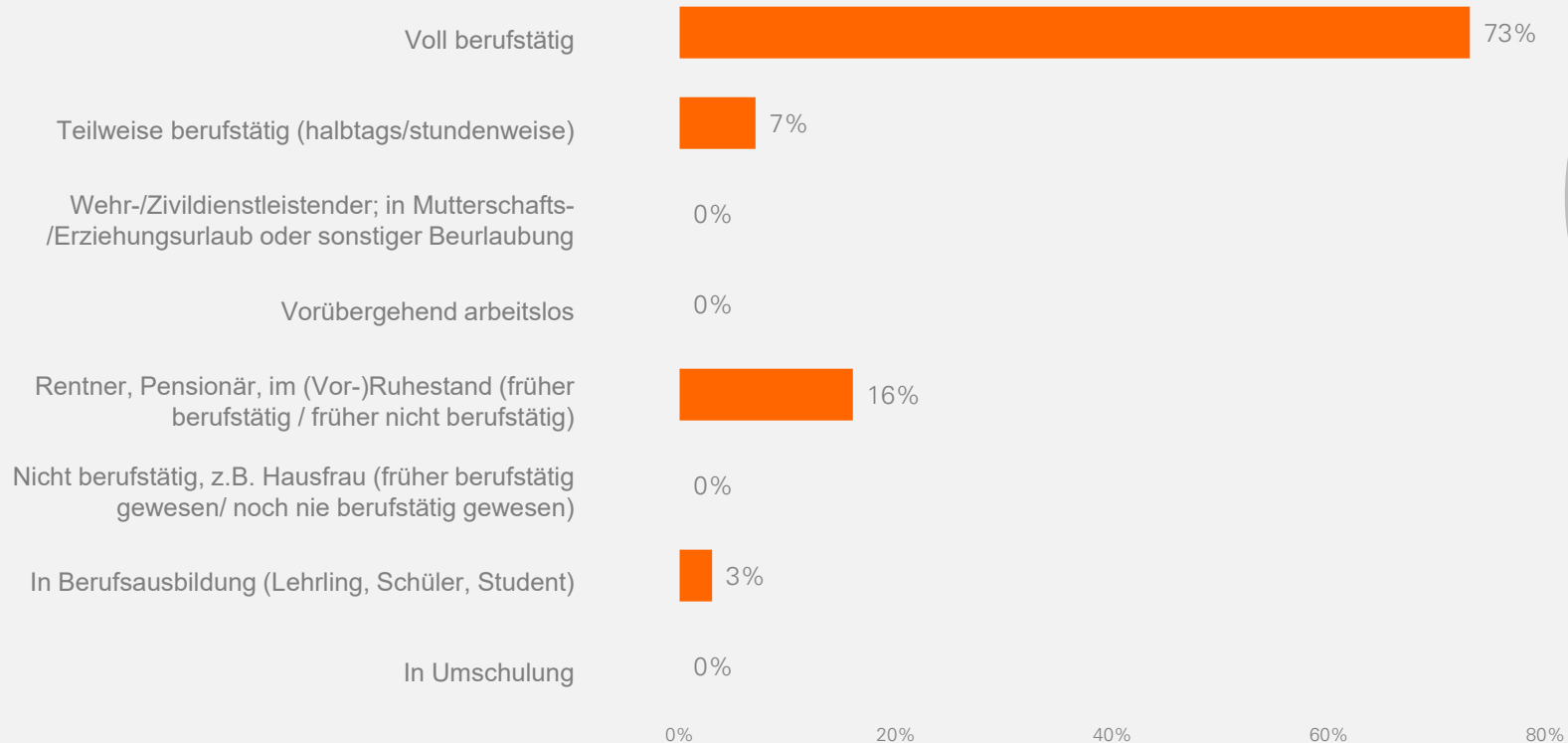
88% der Befragten sind männlich.
Knapp zwei Drittel der Befragten sind 50 Jahre und älter.

SCHULBILDUNG



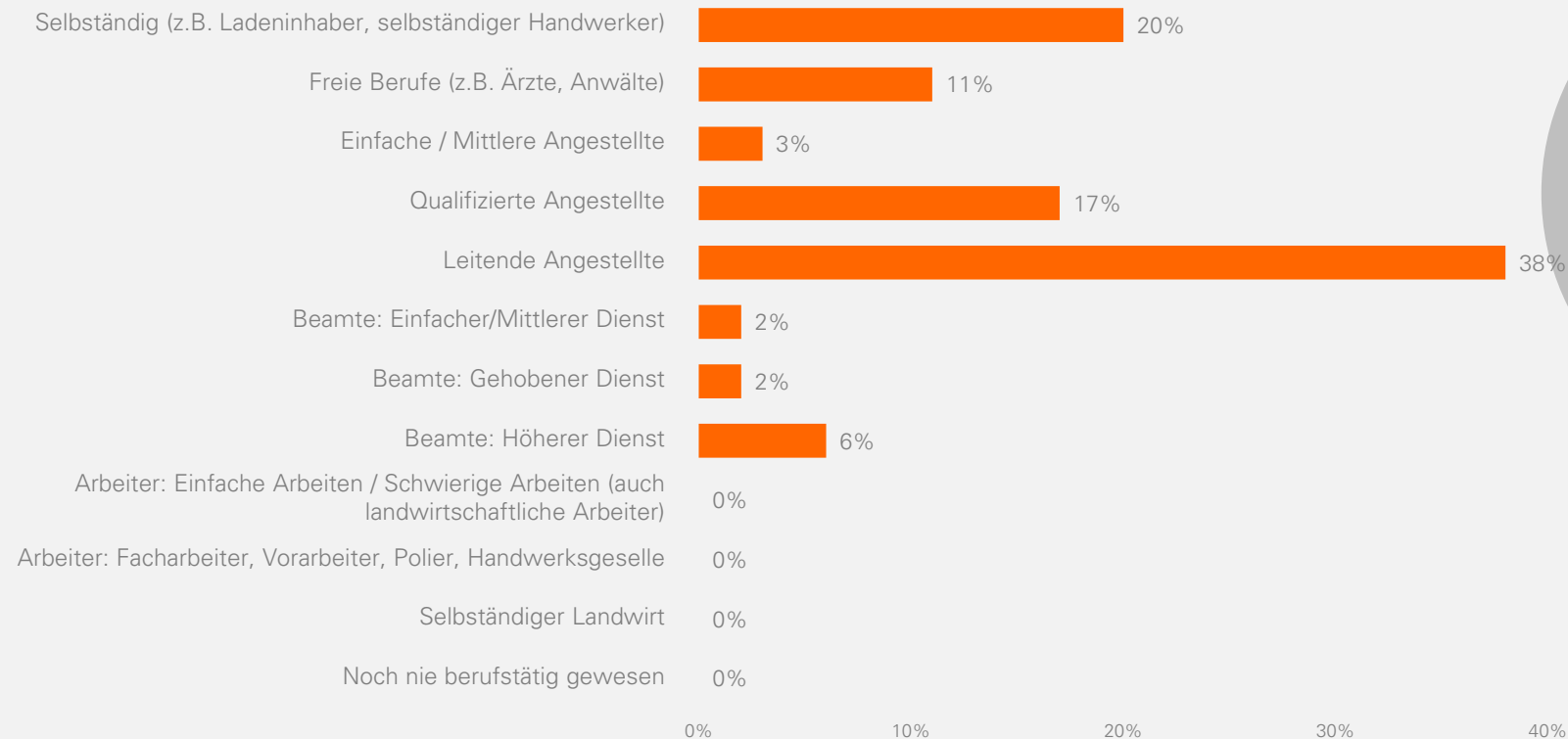
88% der Befragten haben eine Fachhochschulreife bzw. Hochschulreife ohne oder mit abgeschlossenem Studium.

BERUFSTÄTIGKEIT



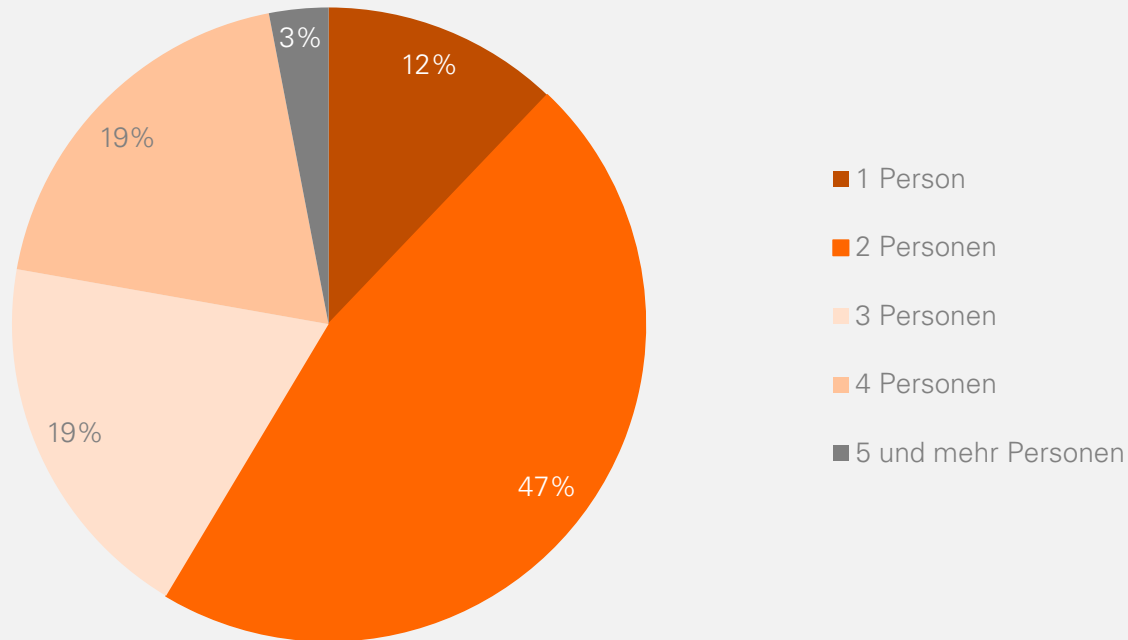
80% der Befragten sind voll oder teilweise berufstätig, 16% in Rente/Pension/Ruhestand.

AUSGEÜBTER BERUF



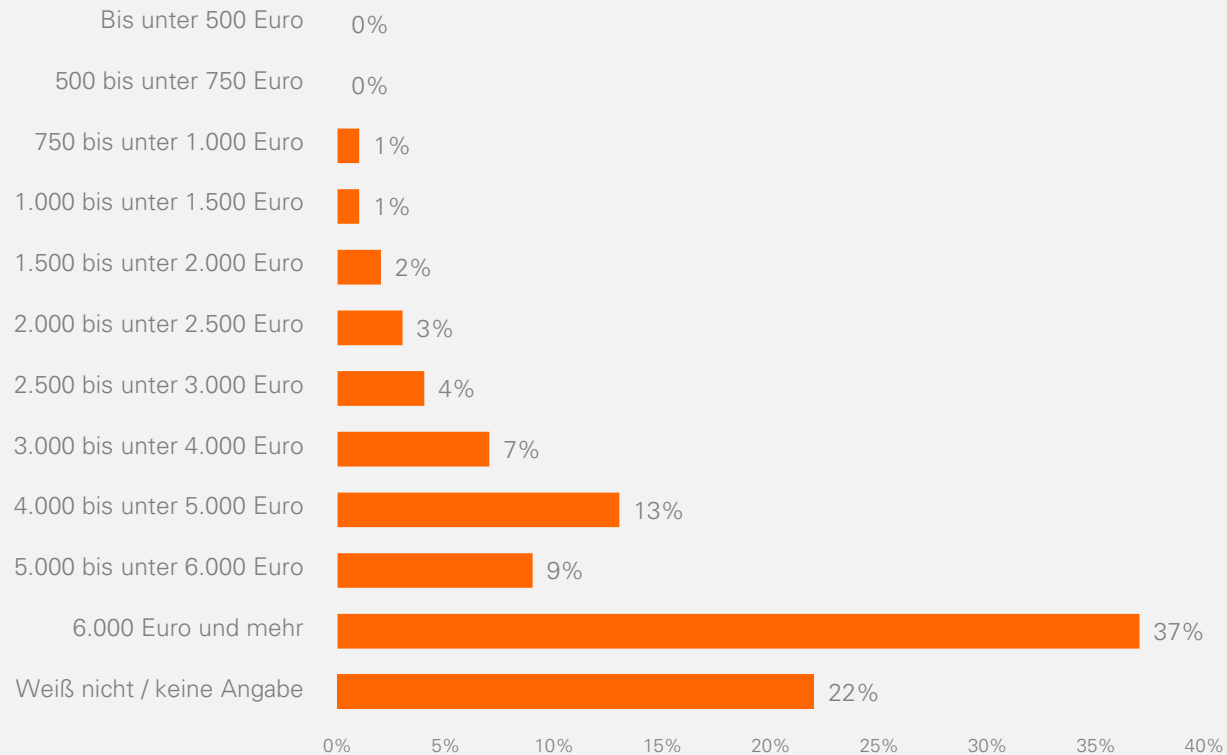
58% der Befragten arbeiten als Angestellte, 20% sind selbständig, 11% arbeiten in freien Berufen und 8% sind Beamte.

HAUSHALTSGRÖßE



12% der Befragten lebt in einem 1-Personen-Haushalt, knapp die Hälfte in 2-Personen-Haushalten. 38% in 3 bis 4-Personen-Haushalten.

NETTOHAUSHALTSEINKOMMEN



Das monatliche
Haushaltsnettoeinkommen
liegt bei 46% bei 5.000
Euro und mehr.

A dark grey chalkboard background with several lightbulb drawings in white chalk. One lightbulb on the right is glowing with a greenish-yellow light and has several lines radiating from it, suggesting it is lit. The other lightbulbs are unlit. A horizontal orange banner is overlaid across the middle of the image.

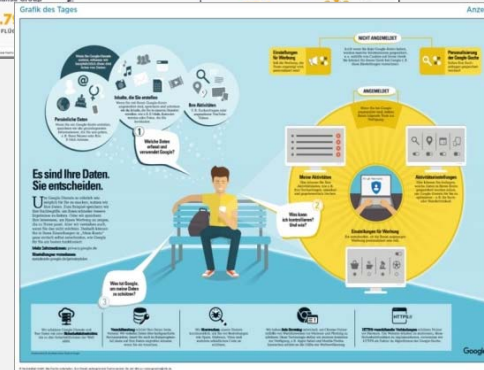
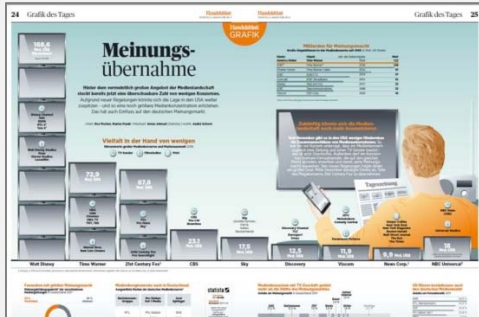
METHODISCHE ANLAGE

- Grundgesamtheit
Zur Grundgesamtheit gehören alle Abonnenten des Handelsblattes, die im Adresdatenbestand des Auftraggebers eine Email-Adresse hinterlegt haben und der Kontaktierung zum Zweck von Umfragen nicht widersprochen haben.
- Stichprobengröße
Die Nettostichprobengröße umfasst n=236 Interviews.
- Erhebungsmethode
Die Studie wurde als Onlinebefragung durchgeführt.
- Erhebungszeitraum
Die Befragung wurde im Zeitraum vom 09.03. bis 29.04.2018 durchgeführt.
- Befragungsdauer
Die durchschnittliche Befragungsdauer lag bei circa 23 Minuten.
- Auswahlverfahren
Die Untersuchung wurde als Vollerhebung angelegt, d.h. alle Abonnenten des Handelsblattes mit hinterlegter Email-Adresse, die einer Kontaktierung zum Zweck von Umfragen nicht widersprochen haben, wurden zu der Befragung eingeladen.

VORGELEGTE INFOGRAFIKEN

Redaktionelle Infografiken

Werbliche Infografiken



„Wirtschaft & Politik“ ist die am meisten genutzte Rubrik. 61% der Befragten geben an, die „Grafik des Tages“ normalerweise zu lesen. Damit steht die Grafik an 5. Stelle der am häufigsten gelesenen Teile bzw. Rubriken.

A close-up photograph of four wooden blocks from a typewriter, each featuring a white icon on a dark circular background. From left to right, the icons are: a telephone handset, an envelope, an '@' symbol, and a mobile phone. The blocks are resting on a wooden keyboard. An orange semi-transparent banner is overlaid across the middle of the image.

Vielen Dank!