



# Fünf bewährte Methoden für die Erstellung nützlicher Dashboards

und sieben vermeidbare Fehler

Das kennen Sie bestimmt: Trotz unzähliger Berichte, offizieller Besprechungen, zwangloser Unterhaltungen und per E-Mail verschickter Memos beharrt ein wichtiger Funktionsträger darauf, dass ihm einige entscheidende Fakten oder Daten nicht bekannt waren und ein Dashboard für die Überwachung der Leistung von X eingeführt werden sollte.

Und diese Situation haben Sie vielleicht auch schon mal erlebt: Sie stimmen der Einführung eines Dashboards zu und sagen: „Wenn jeder die Leistung von X im Blick hat, können wir den Return on Investment (ROI) verbessern und schneller reagieren. Ich kümmere mich einmal die Woche um die Aktualisierung des Dashboards.“ Doch nach drei Wochen bemerken Sie, dass Sie jede Woche mehrere Stunden damit verbringen, die Daten aus verschiedenen Quellen zusammenzuführen und das Dashboard zu aktualisieren. Dabei sind Sie sich noch nicht einmal sicher, ob es auch wirklich von allen genutzt wird.

Die Euphorie über Dashboards hat jedoch einen guten Grund. Mithilfe von Dashboards erhalten Sie und Ihre Kollegen einen besseren Überblick über Ihre Daten – die einen sehr wichtigen und dennoch häufig übersehenen Posten darstellen. Durch Dashboards ziehen in Unternehmen alle an einem Strang, wird die Entscheidungsfindung beschleunigt und der ROI verbessert. Dashboards können in einem Unternehmen Gleichklang erzeugen, da alle dieselben Daten und Werte im Blick haben.

Dashboards können also durchaus effektiv sein und sie können die Arbeit erleichtern. Die Frage ist somit: Wie können Sie ein Dashboard effektiv einsetzen?

## Was ist ein Dashboard?

Stephen Few schreibt in seinem 2006 erschienenen Buch *Information Dashboard Design*:

*„Bei einem Dashboard handelt es sich um die visuelle Darstellung der wichtigsten Informationen, die zum Erreichen eines oder mehrerer Ziele benötigt werden. Damit die Informationen auf einen Blick erfasst und*

*überwacht werden können, werden sie auf nur einer Bildschirmseite angeordnet und zusammengefasst.“*

Gemäß dieser Definition befähigt ein effektives Dashboard die Benutzer zur visuellen Darstellung relevanter und aktueller Aufgaben und Projekte, Account-Leistungsdaten, Verwaltungskosten sowie weiterer entscheidender Informationen, die Einfluss auf das Erreichen von Geschäftszielen (beispielsweise Verbessern des ROI, Erreichen von Kundenservicezielen und Generieren von Umsatz) nehmen oder dazu benötigt werden. Ein Dashboard ist für die Beschleunigung der Auswertung von aktuellen Trends und Statistiken sowie der Reaktion darauf optimiert. Zudem ermöglicht es Kollegen und Kunden den Zugriff auf Informationen und Ergebnisse.

Folgende Merkmale bilden den Kern dieser Definition: zielorientiert, visuell, relevant, aktuell und Zugriff für die Zielgruppe. Beachten Sie bereits zu Beginn Ihrer Planung des effektiven Einsatzes eines Dashboards die folgenden fünf bewährten Methoden. Achten Sie dabei auch auf die sieben folgenschweren Fehler, die Sie unbedingt vermeiden sollten.



**Abbildung 1: Dashboards auf Führungsebene zeigen Stärken und Schwächen in der Leistung**

*Durch die Kombination von Indikatoren für Regionen, Produktkategorien und Leistungen in derselben Ansicht erhalten Mitarbeiter in Führungspositionen ein umfassendes Bild vom aktuellen Stand des Unternehmens. Erkunden Sie dieses Dashboard, indem Sie verschiedene Jahre, Regionen oder Kategorien auswählen und Fragen beantworten, die sich aus der Anfangsansicht ergeben.*

Bei der Bestimmung, welche Kennzahlen einen Platz auf dem Dashboard verdient haben, sollten Sie eine strikte Auswahl treffen.

Fragen Sie sich, in welchem Zusammenhang die Kennzahlen auf dem Dashboard mit dem Unternehmensergebnis stehen. Verstehen alle Betrachter die relevanten Kennzahlen?

# 1 Kennzahlen mit Aussagekraft wählen

Die Auswahl der Kennzahlen, die in das Dashboard aufgenommen werden sollen, ist von entscheidender Bedeutung. Zu allererst müssen die Kennzahlen Aussagekraft haben und für die anstehende Aufgabe relevant sein. Das heißt jedoch bei Weitem nicht, dass alle Kennzahlen mit aufgenommen werden sollten. Bei der Bestimmung, welche Kennzahlen einen Platz auf dem Dashboard verdient haben, sollten Sie eine strikte Auswahl treffen.

Beachten Sie folgende Punkte, um die relevanten Kennzahlen zu ermitteln:

- Welchen Beitrag leisten die einzelnen Kennzahlen zu den Zielen?
- Verfügen Sie über interne oder externe Daten, mit denen die Ziele deutlicher werden?
- Können Sie eine aussagekräftige Kennzahl entwickeln, die den Beitrag bemisst?
- Wird die Kennzahl wirklich für den Beitrag zu den Zielen benötigt?
- Lässt sich ein systematisches und dauerhaftes Messverfahren erstellen?

Beginnen Sie damit, die Unternehmensziele und Ihren Beitrag zu den Zielen deutlich zu machen. Wenn Ihr Unternehmen auf Expansionskurs ist und neue Kunden eine zentrale Bedeutung einnehmen, bemessen Sie die Rate der Neukundengewinnung. Wenn Sie mit Ihrem Unternehmen in starkem Wettbewerb zu anderen stehen, nehmen Sie Kennzahlen zu den Marktanteilen anderer Anbieter auf. Wahrscheinlich haben Sie auch noch andere spezielle Kennzahlen, die führende Indikatoren für die Unternehmensziele in ihrer Gesamtheit sind. Diese sollten nur dann in das Dashboard aufgenommen werden, wenn ihre Verbindung zum Unternehmensziel deutlich ist.

Wenn Ihren Kollegen beispielsweise bewusst ist, dass die Anzahl der täglichen Transaktionen ein führender Indikator für Wachstum ist, nehmen Sie diese Kennzahl mit in das Dashboard auf. Achten Sie darauf, dass Sie

leicht erklären können, wie die einzelnen Kennzahlen auf dem Dashboard mit den Unternehmenszielen in Verbindung stehen.

# 2 Visuell gestalten

Dashboards sind dafür konzipiert, schnell und einfach erfasst zu werden. Berichte oder Tabellen mit viel Text sind weder schnell noch einfach zu erfassen. Im Gegensatz dazu sagt ein Bild wirklich mehr als Tausend Worte.

Da das menschliche Gehirn eine Zahl, eine visuelle Darstellung oder ein Bild jeweils als einzelnes Informationshäppchen, als sogenanntes Chunk, verarbeitet, muss das Gehirn bei einem Bericht oder einer Datentabelle mit vielen Zahlen mehrere Chunks speichern und abrufen, während bei visuellen Darstellungen oder Bildern jeweils nur ein Chunk benötigt wird. Der Erfassungs- und Verstehensprozess lässt sich also durch Visualisierung erheblich beschleunigen.

Die Benutzer beschäftigen sich bei einer guten Visualisierung nicht mehr damit, wie mit Daten überfrachtete Ansichten zu lesen und zu interpretieren



**Abbildung 2: Beispiel-Dashboard zu Ursache und Wirkung bei der Herstellungsqualität**

*Um zu verstehen, welche Schwierigkeiten unmittelbar gelöst werden müssen, um die Herstellungsziele zu verbessern, wird in diesem Dashboard eine Fehleranalyse mit den Betriebsstätten kombiniert. Durch direkte Interaktion mit diesem Dashboard können die Teams bestimmte Betriebsstätten auswählen, einen Datumsbereich eingrenzen oder den Fehlertyp auswählen.*

Je einfacher und intuitiver  
die individuelle Anpassung  
des Dashboards ist, desto  
wahrscheinlicher wird sie auch  
eingesetzt.

speichern und abrufen, während bei visuellen Darstellungen oder Bildern jeweils nur ein Chunk benötigt wird. Der Erfassungs- und Verstehensprozess lässt sich also durch Visualisierung erheblich beschleunigen.

Die Benutzer beschäftigen sich bei einer guten Visualisierung nicht mehr damit, wie mit Daten überfrachtete Ansichten zu lesen und zu interpretieren sind, sondern sie können sich auf die Aussagen der Ansichten im Dashboard konzentrieren. Ein gut gestaltetes Dashboard mit vielen visuellen Elementen wird von den Betrachtern wesentlich besser angenommen.

Und weil Sie die Kennzahlen mit Verbindung zu den Unternehmenszielen sorgfältig ausgewählt haben, beschleunigt die Visualisierung nicht nur den Verstehensprozess, sondern sie hilft auch bei der Überwindung unvermeidlicher Unstimmigkeiten zwischen den Abteilungen. Ihre Kollegen werden den direkten Einfluss der Ziele einer Abteilung auf die unternehmensweiten, übergeordneten Geschäftsziele buchstäblich vor Augen haben.

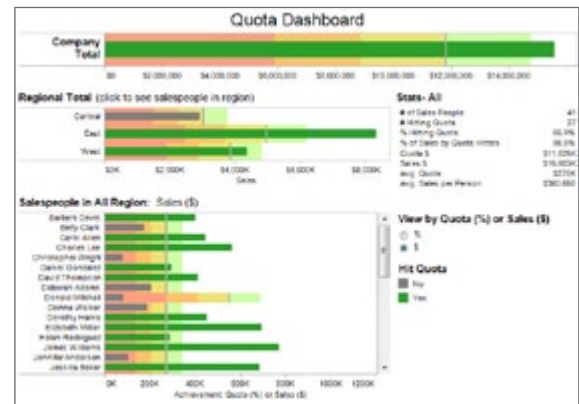
Bei der Gestaltung eines Dashboards sollten Sie Farben, Formen, Linien, verschiedene Stärken, Schattierungen und andere Gestaltungsmöglichkeiten nutzen, um die visuelle Wahrnehmung zu verbessern. Vermeiden Sie jedoch übertriebene niedliche Widgets, 3D-Grafiken sowie ungewöhnliche Diagrammformen.

Visualisierungen wie Balkendiagramme, Liniendiagramme, Heatmaps und Streudiagramme erfreuen sich großer Beliebtheit, da die Informationen deutlich präsentiert werden und jeder weiß, wie sie zu lesen sind. Es mag zwar verführerisch sein, die eigenen PowerPoint-Kenntnisse zum Erstellen von Diagrammen hervorzuheben und so viele Formen und Farben wie nur möglich zu nutzen, bis absolut nichts mehr zu verstehen ist – dem sollten Sie jedoch unbedingt widerstehen.

## 3 Interaktiv ausrichten

Alle Benutzer Ihres Dashboards bekommen dieselbe Seite präsentiert. Diese Seite ist jedoch nur der Ausgangspunkt, denn jeder Betrachter hat eigene Fragen und Bereiche, die er sich genauer ansehen möchte. Die Betrachter Ihres Dashboards müssen es anpassen können, damit sie die benötigten Informationen erhalten.

Mit interaktiven, hochgradig visuellen Dashboards können die Benutzer einfache Analyseaufgaben ausführen und Ansichten filtern, zugrunde liegende Daten genauer betrachten und untersuchen, ohne dass eine ausführliche Schulung erforderlich ist. Die Betrachter müssen über das Dashboard das große Ganze zu sehen bekommen, das für jeden angezeigt wird, und dann die Ansicht so verfeinern können, dass sie die für die Ausübung ihrer Arbeit benötigten Informationen erhalten.



**Abbildung 3: Quoten-Dashboard lässt erkennen, wer die Arbeit erledigt**

*Vertriebsteams wurden bislang daran gemessen, ob sie die geforderten Zahlen liefern oder nicht. Dieses Dashboard lässt schnell erkennen, wer hinter den Anforderungen zurückbleibt und wer mit seinen Zahlen alle Erwartungen übertrifft. Ermöglicht wird dies durch einen Drilldown auf regionale und individuelle Leistungstrends, der die Hintergründe der Umsatzzahlen aufdeckt.*

## 4 Auf Aktualität achten

Achten Sie darauf, dass die Ihrem Dashboard zugrunde liegenden Daten aktuell sind und dass die ausgewählten Kennzahlen die aktuellen Herausforderungen Ihres Unternehmens widerspiegeln.

Abhängig davon, welcher Zeitraum für Ihr Unternehmen von Bedeutung ist, können die Daten aus dem aktuellen Quartal, der aktuellen Woche oder der letzten Stunde stammen. Veraltete Daten hingegen können bei der Entscheidungsfindung eine falsche Sicherheit vermitteln. Es wird davon ausgegangen, dass die Entscheidungen auf Fakten beruhen, doch sind die genutzten Daten veraltet, sind sie nicht mehr repräsentativ oder für die aktuelle Situation relevant.

Nahezu so wichtig wie die Nutzung aktueller Daten ist die Möglichkeit, die im Dashboard dargestellten Kennzahlen verändern und aktualisieren zu können. Im aktuellen Quartal kann die Anzahl der Neukunden von größter Bedeutung sein. Doch im folgenden Quartal kann sich der Fokus allein aufgrund der Tatsache, dass Sie mit dem Dashboard und den Daten besser umzugehen wissen, auf die Kundenzufriedenheit, die einträglichsten Produkte oder das Wachstum des aktuellen Jahres im Vergleich zum Vorjahr verschieben.

## 5 Zugriff und Benutzung einfach halten

Die einfache Zugänglichkeit der Dashboards ist entscheidend. Die Verteilung über das Internet ist ideal, besonders wenn die Dashboards kontinuierlich mit aktuellen Daten gefüllt werden und IT-Protokolle sowie Sicherheitsstandard eingehalten werden müssen.

Wenn die Veröffentlichung im Internet nur mit erheblichem Verwaltungs- und Aktualisierungsaufwand realisierbar ist, können Sie die Dashboards alternativ auch als Dateien über Websites, Wikis oder Blogs zur

Verfügung stellen. Bei der Verbreitung als Datei ergeben sich natürlich Schwierigkeiten mit der Datensynchronisierung (d. h., ältere Versionen werden gelesen) und Sicherheitsmaßnahmen lassen sich möglicherweise nur umständlich umsetzen. Doch zumindest können Sie über diese Art der Verbreitung gute Gewohnheiten im Zusammenhang mit der Wichtigkeit der Dashboards und der Zusammenarbeit entwickeln.

Blieben Sie bei Ihrem Plan zur Erstellung und Verbreitung realistisch. Erstellen Sie zunächst einen Prototyp, verbreiten Sie diesen auf die vorgesehene Weise und bitten Sie um Feedback. Wie bei jedem anderen erfolgreichen Projekt auch liegt der Schlüssel in umfangreichen und wiederholten Tests. Mit zunehmender Erfahrung und wachsenden Kenntnissen darüber, was die Benutzer einsetzen, können Sie das eigentliche Dashboard und die Möglichkeiten der Verbreitung verbessern.

## Sieben vermeidbare Fehler

Die Kehrseite der fünf bewährten Methoden zu Dashboards ist eine Liste mit sieben Fehlern, die es zu vermeiden gilt. Sinn und Zweck Ihres Dashboards besteht darin, die wichtigen Kennzahlen zu verstehen und gemeinsam bessere Entscheidungen zu erarbeiten. Wenn Sie einen der folgenden Fehler begehen, entfernen Sie sich von diesem Ziel, anstatt ihm näher zu kommen.

### 1. Zu hohe Komplexität von Anfang an

Leicht können Sie von übertriebenem Ehrgeiz erfasst werden und detailreiche Dashboards in Echtzeit bereitstellen wollen, die jede einzelne geschäftliche Herausforderung abdecken und die zudem von den Benutzern auf vielfältige Weise angepasst werden können. Anstatt wochen- oder gar monatelang die erste Fassung zu erstellen, arbeiten Sie in mehreren kurzen Zyklen bestehend aus Prototyperstellung, Test und Anpassung.

### 2. Unverständliche Kennzahlen

Wahrscheinlich sind Ihnen Ihre Kennzahlen so vertraut, dass für Sie alles offensichtlich wirkt. In Ihrem Dashboard müssen die Kennzahlen oder Konzepte jedoch so eingesetzt werden, dass auch eine breitere Zielgruppe sie versteht.

### 3. Unwichtige Grafiken und unverständliche Widgets auf dem Dashboard

Orientieren Sie sich bei der visuellen Gestaltung Ihres Dashboards an Einfachheit. Widerstehen Sie der Versuchung, Ihr Dashboard grell zu gestalten und zu überfrachten und nutzen Sie keine Grafiken und Widgets, die an Anzeigeinstrumente angelehnt sind. Sie sehen vielleicht ganz hübsch aus, stehen jedoch dem Sinn und Zweck Ihres Dashboards im Wege: schnelle und einfache Informationsvermittlung.

### 4. Bereitstellung von komplexen Technologien und umfangreichen Business-Intelligence-Projekten abwarten

Die Implementierung von herkömmlicher Business Intelligence (BI) dauert oft erheblich länger als erwartet. Wenn Sie auf die Realisierung eines herkömmlichen BI-Projekts warten, kann dies Monate oder sogar Jahre Verzögerung bedeuten. Es gibt jedoch Dashboard-Anwendungen und -Strategien, die Sie sofort einsetzen können.

### 5. Falsch eingeschätzte Dauer und Ressourcen für das Erstellen und Pflegen des Dashboards

Da ein Dashboard für gewöhnlich sehr kompakt ist, verfallen Neulinge leicht dem Irrtum, dass es schnell zu erstellen und zu pflegen ist. Ein Dashboard-Projekt erfordert jedoch andauernden Einsatz für Konzeption, Start und Pflege.

### 6. Fehlender Zusammenhang zwischen Kennzahlen und Ziel

Häufig werden auf Arbeits-Dashboards nur die Aktivitäten einer einzelnen Abteilung dargestellt. In Ihrem Dashboard sollten Sie jedoch stattdessen den Einsatz in Ihrer Abteilung mit den wichtigsten Zielen des gesamten Unternehmens verbinden.

### 7. Ineffektive, schlecht gestaltete Schaubilder und Diagramme

Gestalten Sie Schaubilder und Diagramme mit Bedacht. Beispielsweise führen 3D-Diagramme nicht zu einem besseren Verständnis beim Betrachter. Grelle Farben können die Interpretation beeinträchtigen. Ein Kreisdiagramm mit mehr als sechs Werten ist praktisch nicht lesbar. Tipps für gute Visualisierung finden Sie in den empfohlenen Hintergrundmaterialien.



## Dashboards bieten hilfreiche Einblicke

Dashboards führen anhand relevanter, aktueller Informationen zu einem besseren Verständnis der aktuellen Leistungen im Hinblick auf die übergeordneten Unternehmensziele und sind daher sehr nützlich. Folgende Punkte sind für ein erfolgreiches Dashboard wesentlich:

- Kennzahlen mit Aussagekraft wählen
- Visuell gestalten
- Interaktiv ausrichten
- Auf Aktualität achten
- Zugriff und Benutzung einfach halten

Wenn Sie bereits an der Einführung eines Dashboards arbeiten, beschäftigen Sie sich mit diesen fünf bewährten Methoden und ermitteln Sie, ob Ihre Maßnahmen diesen Ansprüchen genügen. Achten Sie auch darauf, dass Sie nicht einen der sieben vermeidbaren Fehler begehen.

Wenn Sie zur Unterstützung beim Erreichen Ihrer Unternehmensziele noch kein Dashboard einsetzen, beginnen Sie unverzüglich damit. Über das Betrachten von Daten als Kennzahlen auf einem Dashboard können Sie Ihre Ziele besser erreichen.

## Über Tableau Software

Tableau Software hilft Benutzern dabei, Daten sichtbar und verständlich zu machen. Tableau wurde von Gartner im Jahr 2011 als weltweit am schnellsten wachsendes Business-Intelligence-Unternehmen eingestuft und bietet Unterstützung beim schnellen und einfachen Analysieren, Visualisieren und Weitergeben von Informationen. Über 6.500 Kunden weltweit aller Größen und Branchen nutzen Tableau in ihrem gesamten Unternehmen, in einem bestimmten Büro oder unterwegs. Laden Sie die kostenlose Testversion unter [www.tableausoftware.com/trial](http://www.tableausoftware.com/trial) herunter und erleben Sie, welchen Effekt Tableau auf Ihre Daten hat.

## Empfohlene Hintergrundmaterialien

Information Dashboard Design und Show Me the Numbers von Stephen Few, Bücher und Artikel von Edward Tufte

„Marketing Dashboards: Visualizing Smarter Marketing Decisions“, Forschungsbericht von Jeff Zabin der Aberdeen Group

„Telling Great Stories with Data“, Whitepaper von Susan Moore, mit Unterstützung von Tableau Software

Artikel von Juice Analytics zur ansprechenden Gestaltung von Analysen

Artikel von Presentation Zen zu guten Präsentationstechniken

Whitepaper, On-Demand-Webinare, Artikel und Lösungsübersichten im Tableau Software Learning Center unter [www.tableausoftware.com/learn](http://www.tableausoftware.com/learn)