



Erstellen von Dashboards, die überzeugen, informieren und motivieren



Inhalt

Einführung	03
Teil 1: Informationen müssen zielgruppenspezifisch sein	04
· Die richtigen Fragen stellen	04
· Den Kenntnisstand der Zielgruppe berücksichtigen.....	05
· Die Story entsprechend anpassen	05
Teil 2: Überzeugende Dashboards entstehen durch Zusammenarbeit	07
· Ergebnisse teilen, Schritte kontinuierlich wiederholen	07
· Zu Kritik ermutigen	08
Teil 3: Acht Tipps für überzeugende und motivierende Dashboards	09
· Mit Interaktivität die Datenerkundung fördern	09
· Anzahl der Ansichten begrenzen.....	10
· Farben mit Bedacht einsetzen	10
· Design an Bildschirmgröße anpassen.....	11
· Schnelles Laden ermöglichen.....	12
· Für Feinschliff sorgen	14
· Nicht vergessen: weniger ist mehr	15
· Nutzungsfreundlichkeit des Dashboards testen.....	16
Ressourcen	17
Über uns	18



Einleitung

Die Visualisierung von Daten sollte wie ein gutes Gespräch in unbefangener Atmosphäre sein, geführt mit Leichtigkeit und frei von Hemmungen oder Verlegenheit. Die Zielgruppe sollte die Informationen in Ihrem Dashboard problemlos verstehen und anwenden können, ohne abgelenkt oder überfrachtet zu werden. In der Welt der Datenvisualisierung wird dieser Zustand als „Flow“ bezeichnet.

Aber wie können Sie nun für Ihre Zielgruppe einen Flow bewirken? Als Designer ist es Ihre Aufgabe, ein Dashboard zu erstellen, das den Nutzern möglichst reibungslos Informationen übermittelt, ohne unerwünschte oder störende Elemente. Die von Ihnen erstellten Dashboards sollten so Folgendes bewirken:

- Überzeugen: Arbeiten Sie eng mit den Stakeholdern zusammen, damit die Zielgruppe von der Durchführung der erforderlichen Maßnahmen überzeugt wird.
- Informieren: Präsentieren Sie Daten in einem visuellen Format – das macht sie verständlicher und einfacher zu analysieren.
- Motivieren: Richten Sie Ihre Dashboards an Ihrer Zielgruppe aus und unterstützen Sie die einzelnen Mitglieder beim Erkunden, damit sie die benötigten Informationen auch wirklich finden.

Dieser speziell für Tableau-Datenanalysten und Anwender in den einzelnen Geschäftsbereichen entwickelte Leitfaden zeigt, wie Sie alle diese Ziele – und noch mehr – erreichen können, und bietet eine Vielzahl von Ressourcen, die Ihnen helfen, Dashboards kompetent zu erstellen.

„Beim Dashboard-Design geht es nicht um ‚Schönheit‘. Ziel ist ein funktionales Dashboard, das Benutzern so möglichst effizient die Informationen liefert, die sie benötigen.“

ALEXANDER WALECZEK, ANALYTICS PRACTICE LEAD UND TABLEAU-BOTSCHAFTER



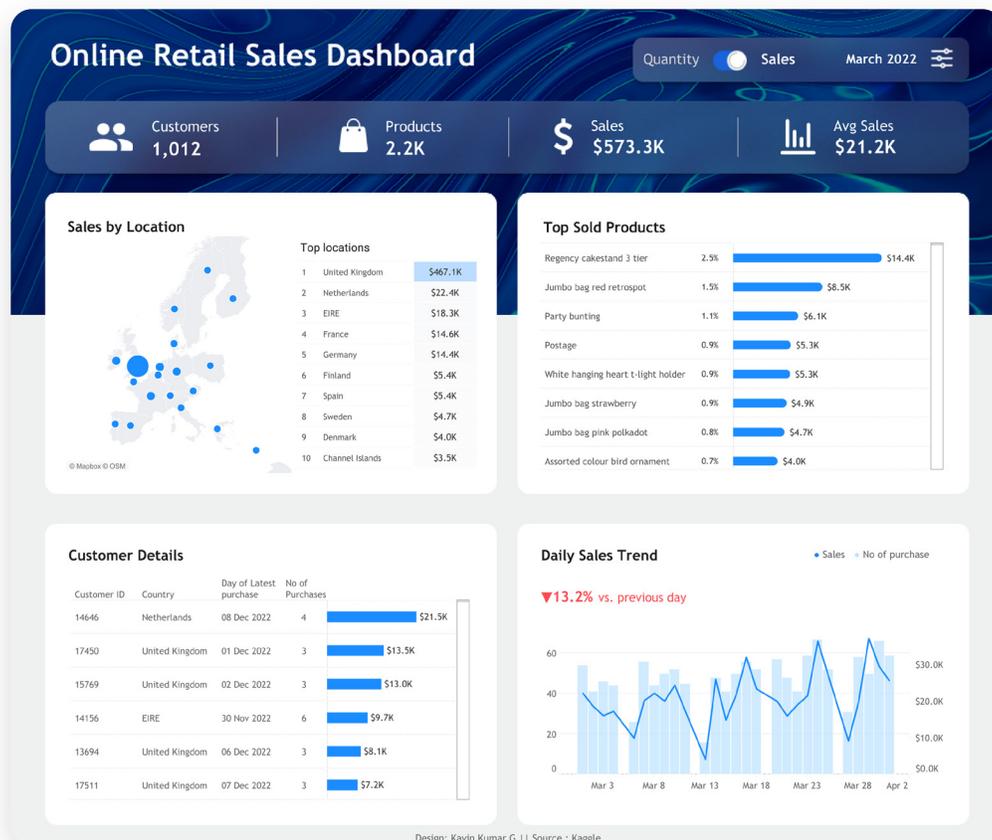
Informationen müssen zielgruppen-spezifisch sein

Die richtigen Fragen stellen

Um Ihre Leser und Betrachter informieren und motivieren zu können, müssen Sie grundlegende Fragen beantworten wie z. B.:

- Was benötigt meine Zielgruppe?
- Wie oft werden die Daten abgerufen?
- Was wissen die Adressaten schon zum Thema?
- Haben sie bereits mit Dashboards gearbeitet?

Wenn Sie beispielsweise ein Dashboard für einen vielbeschäftigten Vertriebsmitarbeiter erstellen, der nur etwa 15 Sekunden Zeit für KPIs hat, müssen Sie die wichtigsten Informationen auf einen Blick verfügbar machen und dafür sorgen, dass Ihr Dashboard auf Mobilgeräten gelesen werden kann und schnell geladen wird. Wenn Sie dagegen für ein Team entwickeln, dass sich mehrere Stunden lang vierteljährliche Dashboards ansieht, müssen Daten eventuell sehr detailliert dargestellt werden.



Besonders wirksam sind Dashboards dann, wenn es gelingt, bestimmte Ansichten für eine vergleichende Analyse nebeneinander anzuordnen. Wenn Sie die Datenfertigkeiten Ihres Publikums kennen, können Sie besser bestimmen, wie detailliert und ausgefeilt Sie das Thema darstellen sollten. Quelle: [Tableau Public; Kavin Kumar G, Autor](#)

Den Kenntnisstand der Zielgruppe berücksichtigen

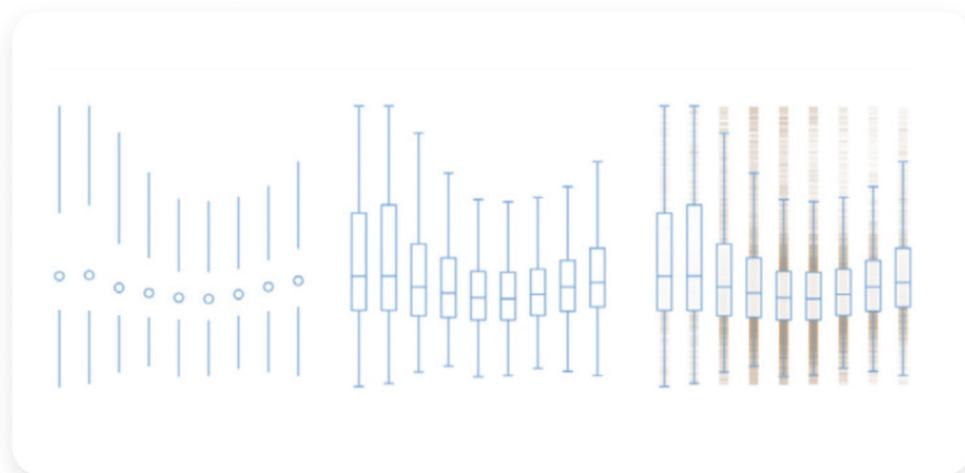
Wenn Sie die Prioritäten Ihrer Zielgruppe kennen und wissen, wie sie Daten nutzt, bekommen Sie ein besseres Gefühl für das Kompetenzniveau und können dann die Daten zielgruppengerecht präsentieren. Solche Informationen sind für zentrale Designentscheidungen unverzichtbar. Ein Anfänger benötigt beispielsweise unter Umständen eine eher aktionsorientierte Beschriftung von Filtern oder Parametern als ein fortgeschrittener Benutzer. Im Folgenden sind vier bewährte Methoden zur Ermittlung des Know-hows Ihrer Zielgruppe in Bezug auf Dashboards und Daten aufgeführt:

- **Informelles Gespräch:** Ermitteln Sie in einem lockeren Gespräch, wie vertraut die Zielgruppe mit Datenkonzepten ist und wie gut sie sich mit Datenanalysetools auskennt.
- **Erkundung von Beispielen:** Fragen Sie nach datenbasierten Projekten, bei denen bereits mitgearbeitet wurde, um die Fähigkeit zur effektiven Nutzung von Daten zu ermitteln.
- **Aufgabenbasierte Evaluierung:** Stellen Sie eine einfache Aufgabe der Datenanalyse oder zur Visualisierung und prüfen Sie den gewählten Ansatz bzw. das Ergebnis.
- **Lerninteresse:** Ermitteln Sie die Motivation für Lernprozesse und fragen Sie nach dem Interesse an datenbezogenen Schulungen und an der Mitwirkung in Daten-Communitys.

Die Story entsprechend anpassen

Wenn Sie Ihre Dashboards gezielt auf die vorgesehene Zielgruppe zuschneiden, wird deren Wirkung sehr viel größer sein.

Im Folgenden sehen Sie drei Visualisierungen zur Verteilung der Tornados in den USA im Verlauf der ersten neun Monate des Jahres.

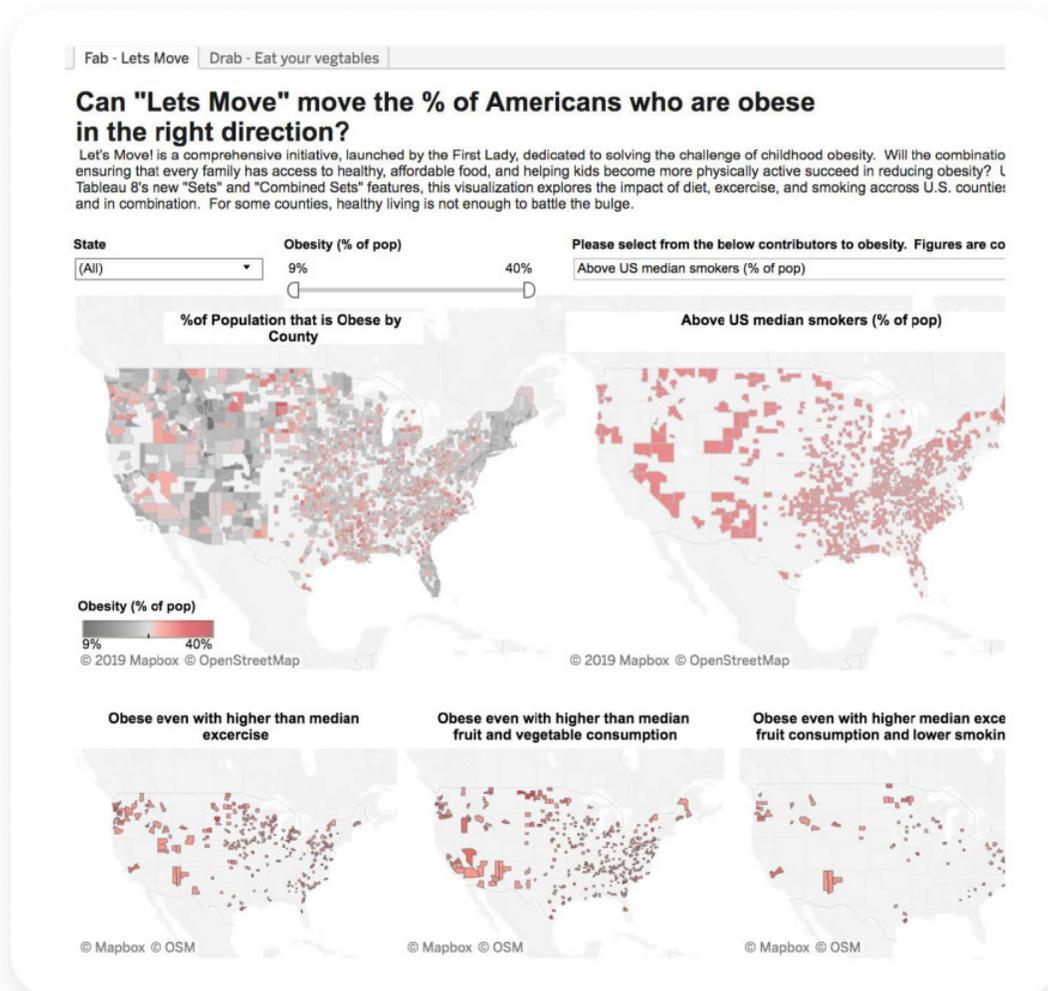


Die vertikalen Linien stehen für die Tageszeit; oben ist Mitternacht, in der Mitte Mittag. Alle drei Visualisierungen zeigen unter anderem, dass Tornados im Sommer eher nachmittags auftreten.

Der Unterschied zwischen ihnen liegt lediglich in der Anzahl der visuellen Informationen für das Erzählen der Story. Auf der linken Seite wird sehr wenig dargestellt, sodass die Komplexität nach rechts zunimmt. Keines dieser Dashboards ist grundsätzlich besser als die anderen. Die Darstellung



links QuickInfo eignet sich eher für eine Zielgruppe, die mit dem Inhalt bestens vertraut ist. Für sie wären eine Vereinfachung und das Weglassen von Redundanzen wünschenswert. Für Einsteiger in die Thematik oder für Betrachter, die nur einmal auf die Visualisierung schauen, ist möglicherweise die deutliche Visualisierung auf der rechten Seite besser geeignet. Wie kann man nun feststellen, ob etwas überladen wirkt oder ob es wichtig ist? Ihre Kollegen können dafür eine Hilfe sein. In diesem Beispiel von [Anya A'Hearn](#) wird eine Reihe von Möglichkeiten dargestellt. Jedes Dashboard wurde auf die Kommunikation mit einer bestimmten Zielgruppe ausgerichtet. Die einzelnen Dashboards erfordern außerdem jeweils andere Fähigkeiten und stellen unterschiedliche Anforderungen. Durch die Datendichte und die vielen Möglichkeiten der Interaktion eignet es sich eher für fortgeschrittene Benutzer, die bereits über Know-how zum Thema verfügen.



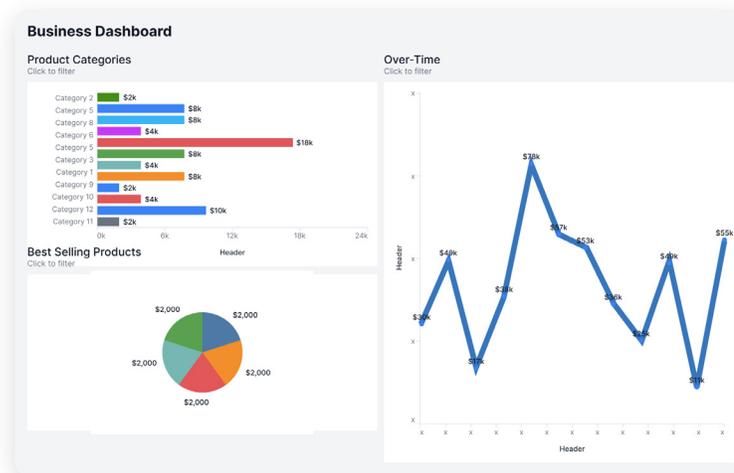
Das obige Dashboard bietet verschiedene Möglichkeiten der interaktiven Nutzung der Daten für eine Reihe von Variablen.

Überzeugende Dashboards entstehen durch Zusammenarbeit

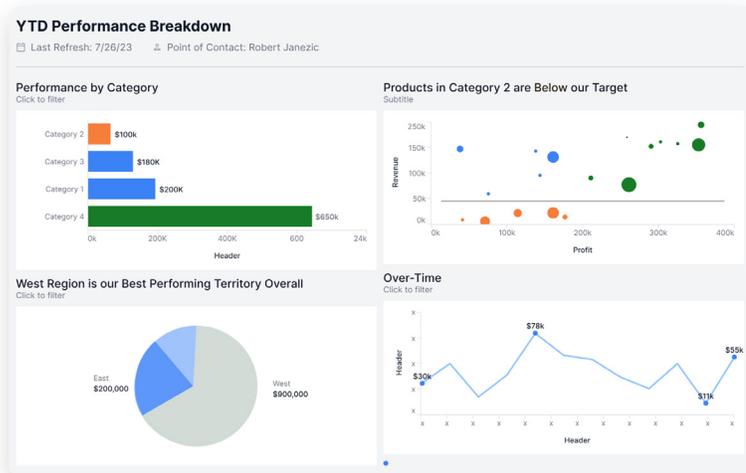
Hinsichtlich der Erstellung überzeugender Dashboards, die einen bleibenden Eindruck hinterlassen, ist Zusammenarbeit das zentrale Stichwort. Wenn Sie eng mit den Stakeholdern im Geschäftsbereich zusammenarbeiten, können Sie deren Unterstützung gewinnen und ihr Engagement fördern. Beides ist notwendig, um das Dashboard an deren Bedürfnissen und Erwartungen auszurichten. Im Folgenden ist die finale Vorgehensweise zusammengefasst, die für überzeugende Dashboards unerlässlich ist.

Ergebnisse teilen, Schritte kontinuierlich wiederholen

Pflegen Sie eine Kultur der Kritik – konstruktiv, unterstützend und häufig. Je mehr Versionen Sie von Ihrer Arbeit erstellen und je mehr Feedback Sie einholen, desto besser wird das Endprodukt. Vergaben Sie sich bei Ihrer Arbeit nicht und blockieren Sie sich nicht. Beginnen Sie erst einmal und zeigen Sie dann Ihr Ergebnis anderen. Nehmen Sie sich das Feedback zu Herzen und berücksichtigen Sie es bei Ihrer weiteren Arbeit am Projekt. Wiederholen Sie diesen Vorgang, bis Sie mit dem Ergebnis zufrieden sind. Das Ganze ist ein bisschen so wie der Entstehungsprozess eines Diamanten: Damit so ein Diamant entsteht, braucht es außergewöhnliche Hitze, Druck und Zeit. Aber das Ergebnis ist überwältigend.



Sorgen Sie für Klarheit: Ohne aussagekräftige Überschriften und ein verständliches Ziel kann eine Datenvisualisierung Verwirrung schaffen.



Nutzen Sie geführte Analytics, um Erkenntnisse zu ermitteln: Erzählen Sie eine Geschichte mit geführter Analytics und mit Farben, die Erkenntnisse hervorheben, die für eine fundierte Entscheidungsfindung wichtig sind.



Zu Kritik ermutigen

Um eine Kultur der Kritik zu schaffen, sind einige Dinge notwendig. Zum einen müssen Sie Ihren Kollegen vertrauen. Wenn Sie und Ihre Kollegen sich gegenseitig respektieren, werden Sie auch dem gegenseitigen Feedback vertrauen. Außerdem benötigen Sie eine dicke Haut. Da Ihr fertiges Produkt letztlich den Anwendern und Kunden dienen soll, muss sich das Dashboard-Design an deren Bedürfnissen orientieren und nicht an Ihren eigenen Vorlieben. Schriftsteller sprechen oft davon, dass sie „ihre Lieblinge töten“ müssen. Sie meinen damit, dass manchmal lieb gewonnene Teile aus einer Story oder aus einem Text entfernt werden müssen. Das kann auch auf Designer zutreffen. Behalten Sie immer das Ganze im Auge und seien Sie ehrlich, wenn etwas nicht hineinpasst.

Expertentipp

Es hilft auch, einen öffentlichen Ort zu haben, an dem die Arbeit besichtigt werden kann, zum Beispiel ein reales oder virtuelles schwarzes Brett. Wenn Sie Ihre Arbeit öffentlich machen, haben Sie ständig die Möglichkeit, Feedback und Verbesserungsvorschläge zu bekommen.



Acht Tipps für überzeugende und motivierende Dashboards

Mit Interaktivität die Datenerkundung fördern

Durch Orientierung an der Zielgruppe kann sichergestellt werden, dass diese die interaktiven Features zum Aufschlüsseln der benötigten Informationen nutzt.

Filter

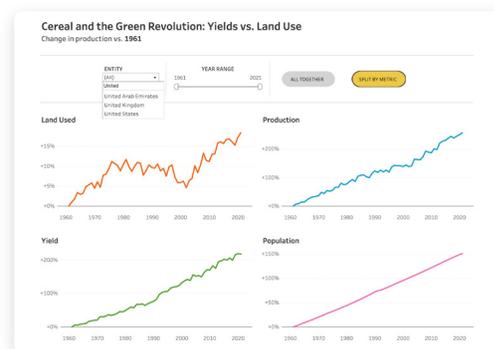
Besonders wirksam sind Dashboards dann, wenn es dem Autor gelingt, bestimmte Ansichten für eine vergleichende Analyse nebeneinander anzuordnen. Filter wirken wie eine Art Verstärker und wecken das Interesse der Zielgruppe. Sie können beispielsweise festlegen, dass eine Ansicht – Ihre wichtigste – als Filter für andere Ansichten im Dashboard genutzt wird.



In diesem Dashboard zur Darstellung von Versandtrends können Benutzer die Daten filtern, um für sie relevante Details zu beleuchten.

Filterkarten

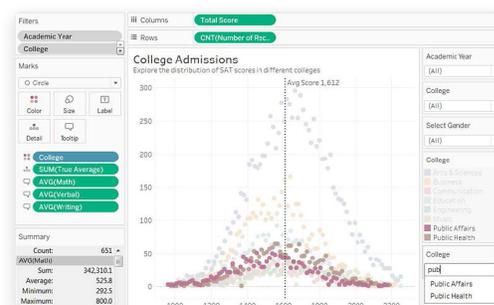
Es besteht auch die Möglichkeit, Filterkarten für unterschiedliche Datentypen zu verwenden. Stellen Sie Filter beispielsweise in Form von Kontrollkästchen zur Mehrfachauswahl, einzelnen Optionsfeldern, Dropdown-Listen usw. zur Verfügung. Sie können außerdem ein Suchfeld einbinden und den Titel der Filter bearbeiten, um den Betrachtern klare Anweisungen zur Interaktion mit den Daten zu geben.



Dieses Dashboard enthält unterschiedliche Filtertypen: per Dropdown, per Bereich, per Auswahl.

Hervorhebungsaktionen

Hervorhebungen sind ein weiteres leistungsstarkes Feature, mit dem sich durch Auswahl in einer Ansicht zugehörige Daten in anderen Ansichten kennzeichnen lassen. In fortgeschritteneren Szenarien können Sie mit Set-Aktionen oder Parameteraktionen ein höheres Maß an Interaktivität hinzufügen.



Für diese Visualisierung werden Hervorhebungsaktionen zur Erhöhung der Interaktivität verwendet. Durch Verwendung von „public“ im Platzhalterfilter der Suche werden die Kategorien der Colleges hervorgehoben – in diesem Fall „public affairs“ und „public health“.



Anzahl der Ansichten begrenzen

Mitunter gerät man derart in Schwung, dass das eigene Dashboard mit jeder mehr oder weniger relevanten Ansicht überfrachtet wird. Wenn Sie aber zu viele Ansichten verwenden, geht das große Ganze verloren. Prinzipiell sollten nur zwei bis drei Ansichten im Dashboard enthalten sein. Wenn dies für Ihr Thema nicht reicht, erstellen Sie weitere Dashboards oder verwenden Sie eine Story. Eine Story ist eine Abfolge von Visualisierungen, die den Betrachter durch die Informationen führt.

Expertentipp

Verwenden Sie maximal zwei oder drei Ansichten. Sollten Sie mehr benötigen, erstellen Sie am besten weitere Dashboards oder eine Story.

Farben mit Bedacht einsetzen

Es können nicht nur zu viele Ansichten, sondern auch zu viele Farben vorhanden sein. Wird Farbe richtig eingesetzt, kann sie Analysen optimieren. Zu viele Farben überfordern die Zielgruppe jedoch optisch und tragen darüber hinaus zu einer Verlangsamung von Analysen bei bzw. machen sie unter Umständen sogar unmöglich.

Ineffektive Anwendung von Farben

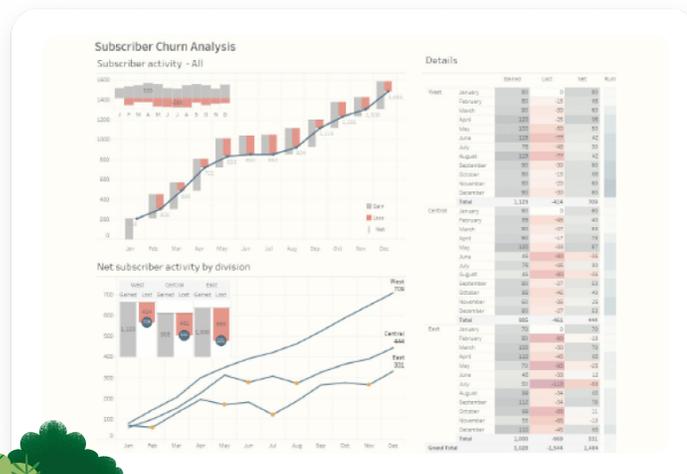
Die Verwendung von rauen, gesättigteren Farben und inkonsistenten Schattierungen macht es für den Betrachter sehr viel schwieriger, die Beziehung zwischen den Diagrammen zu erkennen.



Effektivere Nutzung von Farben

Die überarbeitete Version dieses Dashboards hat ein modernes Design mit minimalen Farben, wodurch eine sanftere Formatierung erzielt wird.

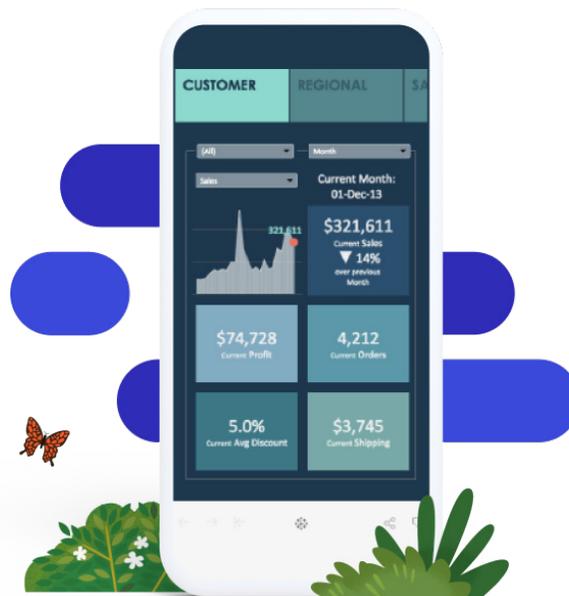
Quelle: Subscriber Churn (Abonnentenabwanderung), [The Big Book of Dashboards \(Das große Buch der Dashboards\)](#)



Design an Bildschirmgröße anpassen

Präsentieren Sie die wichtigsten Kennzahlen: Denken Sie daran, dass die Zielgruppe eventuell nicht immer in der Lage ist, Daten auf einem kleinen Bildschirm aufzuschlüsseln. Wenn Sie also ein Dashboard für Mobiltelefone oder Tablets entwerfen, sollten Sie nur die wichtigsten Kennzahlen aufnehmen. In der Praxis bedeutet dies, Dashboards mit Elementen zu erstellen, die einfach anzuklicken sind und eine eingeschränkte, zielgerichtete Interaktivität bieten.

Ordnen Sie Inhalte für Smartphone-Bildschirme vertikal an: Die meisten Benutzer verwenden auf ihren Smartphones das Hochformat. Sofern Sie keine breite Kartenansicht oder Zeitachse benötigen, optimieren Sie Ihr Dashboard im Hinblick auf eine vertikale Anordnung für Smartphones.



In diesem Dashboard gibt es nur drei Interaktionen. Dieses einfache Design macht das Dashboard klar und übersichtlich und erhöht den allgemeinen Benutzerkomfort auf Mobilgeräten.

Tableau-Features für die Anpassung an die Bildschirmgröße

- In Tableau werden Smartphone-Layouts automatisch generiert, wenn Sie ein neues Dashboard erstellen. Dabei werden die Inhalte des Dashboards algorithmisch in einer gerätespezifischen Weise platziert.
- Wenn Sie Elemente manuell hinzufügen oder neu anordnen möchten, um Änderungen im Standard-Dashboard wiederzugeben, wählen Sie die Option „Layout selbst bearbeiten“.
- Um zu sehen, wie Ihre Dashboards auf verschiedenen Geräten angezeigt werden, überprüfen Sie die Gerätelayouts und fügen Sie sie mit der Gerätevorschau hinzu.
- Neues Feature für Mobilgeräte: Themen können nun in den dunklen Stil geändert werden.

Sie sollten zu Beginn klären, ob Ihr Dashboard in erster Linie auf Mobilgeräten funktionieren muss. In [diesem Blogpost](#) finden Sie hierfür hilfreiche Tipps.

Schnelles Laden ermöglichen

Wer Benutzer demotivieren möchte, braucht nur Dashboards zu erstellen, bei denen das Laden lange dauert – eine Minute reicht aus. Idealerweise sollten Dashboards in Sekunden geladen werden. Im Folgenden sind einige Möglichkeiten dargestellt, wie Sie Ihre Dashboards so optimieren, dass sie schnell geladen werden.

- **Ermitteln Sie die Ursache des Problems.** Manchmal sind lange Ladezeiten auf die Datenmenge, auf Ihr Dashboard oder auf eine Kombination von beidem zurückzuführen. Führen Sie, wann immer möglich und insbesondere in Produktionsansichten, Berechnungen in der Datenbank durch, um den Aufwand zu verringern. Aggregierte Berechnungen eignen sich hervorragend für berechnete Felder in Tableau. Die Berechnungen auf Zeilenebene sollten Sie nach Möglichkeit aber in der Datenbank durchführen.
- **Begrenzen Sie den Umfang der Daten in Ihrem Dashboard.** Das ist zum einen durch Filtern der Datenquelle und zum anderen durch Erstellen eines Extrakts möglich. Extrakte sind in der Regel viel schneller als eine Live-Datenquelle und eignen sich besonders gut für das Prototyping. Beachten Sie, dass Extrakte oft keine langfristige Lösung sind. Bei der Abfrage von kontinuierlich aktualisierten Daten ist bei der Bereitstellung der Ansicht eine Direktverbindung oft sinnvoller.

Weitere Tipps zur Optimierung

- Lesen Sie den [Blogpost „Wie sich die Ladezeiten von Dashboards durch Personen und Prozesse verbessern lassen“](#).
- Weitere Informationen erhalten Sie unter „[Optimieren der Arbeitsmappenleistung](#)“ in der Online-Hilfe. Auch die Informationen unter „[Reihenfolge der Vorgänge in Tableau](#)“ können dabei helfen, Ladezeiten zu verkürzen.



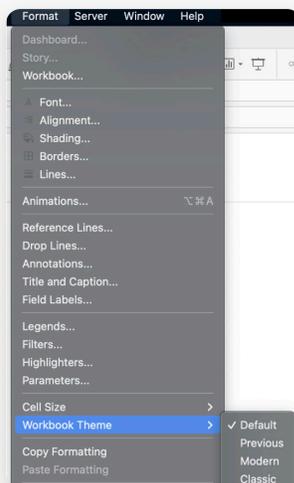
Tipps und Tricks für das effiziente Erstellen von Dashboards

Wenn Sie das Erscheinungsbild Ihrer Arbeit ändern möchten, gehen Sie nach dem Prinzip „von der höchsten zur niedrigsten Ebene“ vor. So kommen Sie schneller voran und überschreiben nicht versehentlich Ihre Änderungen. Unter dem Gesichtspunkt der Formatierung gilt für ein Dashboard folgende Hierarchie:



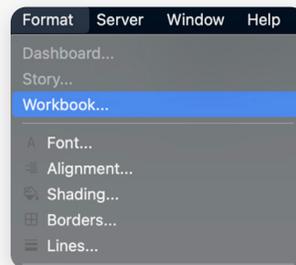
1

Überlegen Sie als Erstes, ob Sie das richtige Design verwenden. Das aktuelle und beliebteste Tableau-Design ist immer als Standard festgelegt. Wählen Sie unter „Format“ > „Arbeitsmappendesign“ ein Design aus.



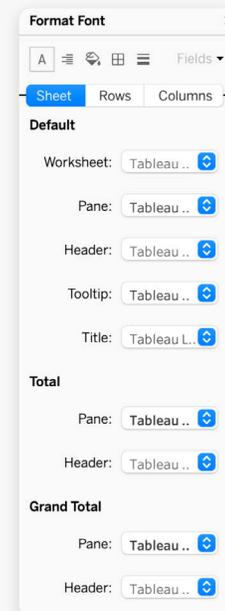
2

Als Nächstes müssen Sie auf der Ebene der Arbeitsmappe die Formatierung festlegen. Hier können Sie die Schriftarten, Titel und Linien in Ihrer gesamten Arbeitsmappe ändern. Sorgen Sie anschließend für eine einheitliche Formatierung. Wählen Sie zum Anpassen der Formatierung für Ihre gesamte Arbeitsmappe in Tableau „Format“ > „Arbeitsmappe“ aus.



3

Wechseln Sie schließlich zur Arbeitsblattenebene. Vielleicht möchten Sie beispielsweise alle Rahmen einer Texttable entfernen oder jeder zweiten Spalte in einer Ansicht Schattierungen hinzufügen. Speichern Sie diesen Schritt zum Schluss, da Formatierungsänderungen auf dieser Ebene nur für die Ansicht gelten, an der Sie gerade arbeiten.



In der Online-Hilfe erhalten Sie unter „[Vornehmen eines Markenwechsels für ein Dashboard](#)“ Tipps dazu, wie Sie Ihrem Dashboard schnell einen neuen Look verpassen und wie Sie dafür Ihre benutzerdefinierten Schriftarten und Farben verwenden können.

„Man wird schnell abgelenkt durch die Suche nach der richtigen Formatierung sowie nach der perfekten Farbe, Größe und Position der Elemente. Diesen Dingen sollte man sich erst gegen Ende der Erstellung widmen – nach Prüfungen durch die Endbenutzer – um überflüssigen Aufwand zu vermeiden, wenn sich später das gesamte Diagramm ändert und damit die ganze Formatierung hinfällig wird.“

Für Feinschliff sorgen

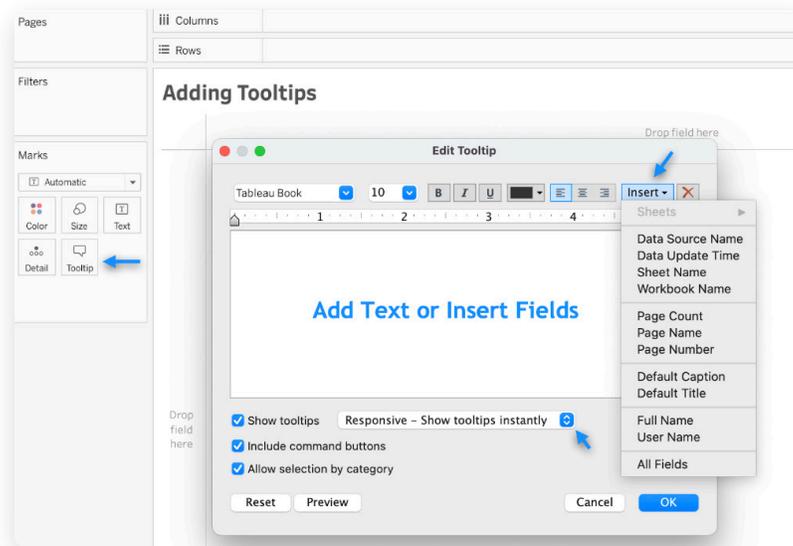
Mit QuickInfos können Sie die Aussage von Dashboards perfektionieren. Damit lassen sich wichtige Details einbinden, die die Verständlichkeit für Ihre Zielgruppe erhöhen. Im Folgenden sind einige Möglichkeiten aufgeführt, wie Sie QuickInfos am effektivsten einsetzen.

Botschaft mit QuickInfos betonen

Wenn Sie das Design eines Dashboards angepasst haben, sollten Sie nun einen Blick auf die QuickInfos werfen. QuickInfos sind eine hervorragende Möglichkeit, die Botschaft Ihrer Dashboard-Story zu untermauern und Ihrer Ansicht hilfreichen Kontext hinzuzufügen.

Wie man QuickInfos hinzufügt

Tableau fügt den QuickInfos einer Ansicht automatisch Inhalte hinzu. Diese können aber mit der Option „Arbeitsblatt“ > „QuickInfo“ einfach angepasst werden.



Für QuickInfos können Sie alles verwenden – von festem Text und anderen Arbeitsblättern in der Mappe bis hin zu festen Links.

Expertentipp

Die wichtigsten Elemente einer QuickInfo sollten oben stehen, um die Aufmerksamkeit auf die wichtigsten Informationen zu lenken.

Internationaler Tourismus nach Region und Land



Auf den ersten Blick sagt den Benutzern diese QuickInfo nicht, was sie wissen möchten: Wie hoch ist der Umsatz durch internationalen Tourismus für jedes Land im Verhältnis zum gesamten BIP?



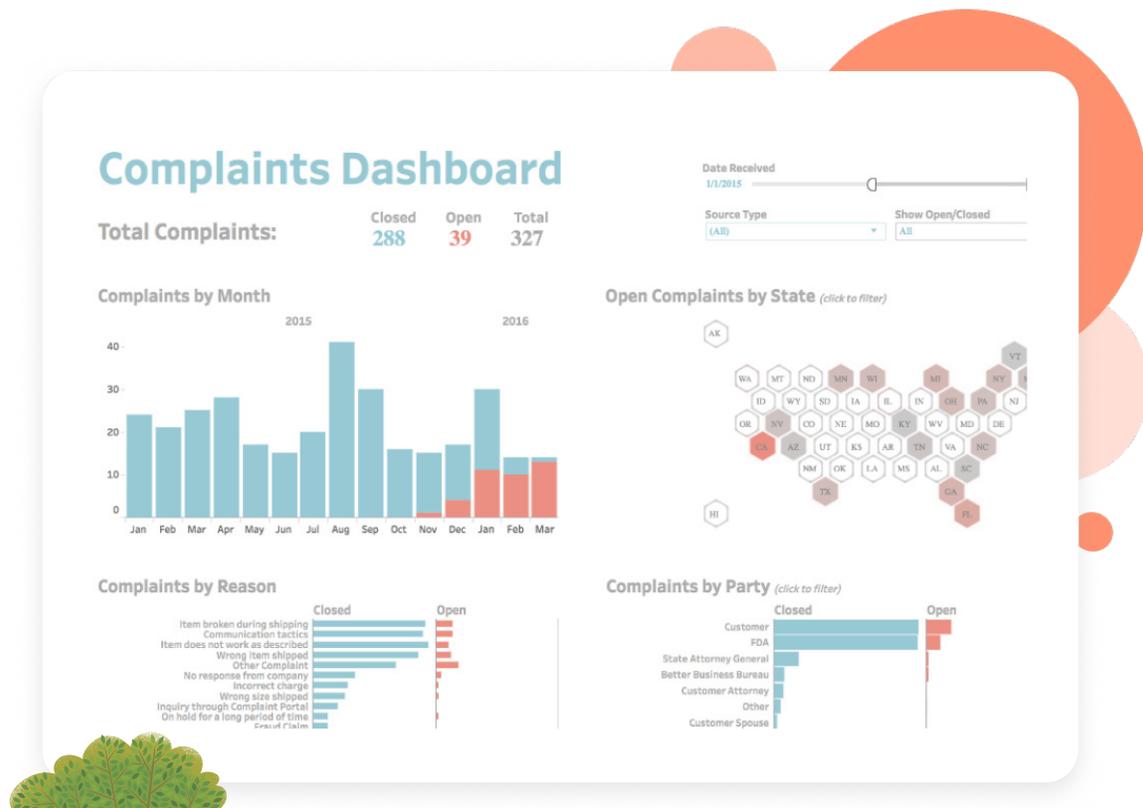
Diese überarbeitete QuickInfo hebt die wichtigsten Elemente hervor: das Land, die Umsätze für Tourismus im Land und die Umsätze beim Reiseverkehr ins Ausland in US-Dollar und das BIP des Landes.

Nicht vergessen: weniger ist mehr

Überflüssige Informationen, verwirrende Grafiken und unnötige Features erschweren die Bedienung und das Verstehen von Dashboards.

Treten Sie einen Schritt zurück und betrachten Sie Ihr Dashboard mit den Augen eines Benutzers, der das Dashboard noch nie zuvor gesehen hat. Jedes Element sollte einem bestimmten Zweck dienen. Wenn ein Titel, eine Legende oder eine Achsenbeschriftung nicht benötigt wird, sollten Sie das Element eventuell entfernen.

Die Vereinfachung des Dashboard-Designs ist häufig ein iterativer Prozess. Sehen Sie sich deshalb bereits erstellte Dashboards immer mit offenen Augen an. Beginnen Sie mit einem Blick auf das zuletzt erstellte Dashboard: Ist darin zu viel enthalten? Gibt es etwas, das Sie entfernen oder neu anordnen können, um Klarheit zu schaffen?



Dieses Dashboard ist ein gutes Beispiel für ein einfaches, klares Design. Wenn Sie Überladung vermeiden sowie einfache Farben und Layouts verwenden, sind die Daten besser verständlich. Das erleichtert es den Benutzern, Erkenntnisse zu gewinnen. Quelle: Complaints Dashboard (Beschwerde-Dashboard), [The Big Book of Dashboards](#) (Das große Buch der Dashboards)



Nutzungsfreundlichkeit des Dashboards testen

Fragen Sie nach dem Erstellen eines Prototyps Ihre Zielgruppe, wie sie das Dashboard einsetzt und ob es ihr hilft, dringende Fragen zu beantworten.

Haben die Benutzer eigene Versionen des Dashboards erstellt? Befassen sie sich intensiv mit bestimmten Ansichten und ignorieren sie andere? Nutzen Sie diese Informationen, um das vorhandene Dashboard zu optimieren oder um neue Dashboards anzulegen. Wenn Sie wissen, wie Ihre Dashboards ankommen, hilft Ihnen dies für künftige Designs und es zeigt Ihnen, wie Daten in Ihrem Unternehmen genutzt werden.

5 Fragen an Stakeholder zur Evaluierung der Nutzungsfreundlichkeit Ihres Dashboards: eine Projektnachbereitung

Die folgenden Fragen sollen Ihnen helfen, Feedback einzuholen, Verbesserungsbedarf zu ermitteln und sicherzustellen, dass Ihre Dashboards die Anforderungen Ihrer Stakeholder erfüllen.

- 1 Wie hat sich das Dashboard auf Ihre Entscheidungsfindung und die gesamte Performance ausgewirkt?
- 2 Gibt es bestimmte Features oder Funktionen, die Sie besonders hilfreich finden oder die im Dashboard fehlen?
- 3 Wie groß ist der Aufwand für die Gewinnung der benötigten Erkenntnisse?
- 4 Wie setzen Sie die Erkenntnisse aus dem Dashboard praktisch um?
- 5 Welche Erkenntnisse aus dem Dashboard sind am wichtigsten und am ehesten praktisch umsetzbar? Auf welche trifft das nicht zu?

Ressourcen

Möchten Sie noch mehr über das Erstellen von Dashboards mit Tableau wissen? Sehen Sie sich die folgenden Ressourcen an.

Referenz

[The Big Book of Dashboards \(Das große Buch der Dashboards\)](#)

Tableau-Blog

[Wie sich die Ladezeiten von Dashboards durch Personen und Prozesse verbessern lassen](#)

[5 Tips for Mobile-first Dashboard Design in Tableau \(5 Tipps für ein Mobile-first-Dashboard-Design in Tableau\)](#)

Tableau Online-Hilfe

[Erstellen eines Dashboards](#)

[Best Practices für effektive Dashboards](#)

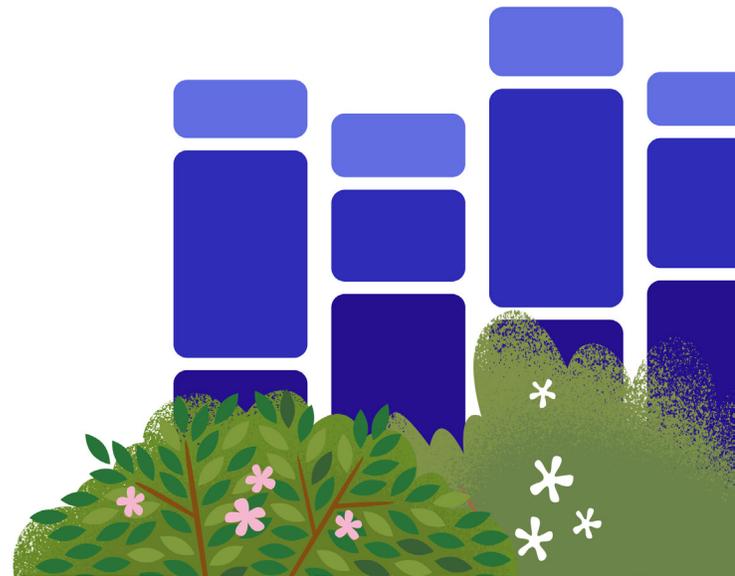
[Festlegen der Größe und des Layouts Ihres Dashboards](#)

[Erstellen von Dashboard-Layouts für unterschiedliche Gerätetypen](#)

[Zugängliche Dashboards erstellen](#)

[Optimieren der Arbeitsmappenleistung](#)

[Reihenfolge der Vorgänge in Tableau](#)



Über Tableau

Tableau unterstützt Benutzer bei der Umwandlung von Daten in praktisch umsetzbare Erkenntnisse. Analysieren Sie Ihre Daten mit unbegrenzten visuellen Analytics. Erstellen Sie Dashboards und führen Sie Ad-hoc-Analysen mit nur wenigen Klicks durch. Teilen Sie Ihre Arbeitsergebnisse und fördern Sie den Unternehmenserfolg. Von globalen Unternehmen bis zu neu gegründeten Start-ups und kleinen Firmen können Benutzer mit Tableau überall ihre Daten sichtbar und verständlich machen.



