



SMART DATA 2 BUSINESS  
Fokus Power BI & Tableau

## AGENDA, LINKS & FAQs

Training Smart Data 2 Business (SD2B)

### DAY I

**9:00-10:30**

**GETTING STARTED & VBA-MODEL**

[Virtual Plenum - Microsoft Teams](#)

**10:30-10:45**

MORNING BREAK

**10:45-12:00**

**INTRODUCTION DATA PREPARATION**

### DAY II

**9:00-10:00**

**INTRODUCTION DASHBOARDING TOOLS**

[Virtual Plenum - Microsoft Teams](#)

[Virtual Group Tool 1 - Microsoft Teams](#)

[Virtual Group Tool 2 - Microsoft Teams](#)

**10:00-10:15**

MORNING BREAK

**10:15-11:45**

### DAY III

**9:00-10:30**

**VISUAL ANALYTICS IM TOOL**

[Virtual Plenum - Microsoft Teams](#)

[Virtual Group Tool 1 - Microsoft Teams](#)

[Virtual Group Tool 2 - Microsoft Teams](#)

**10:30-10:45**

MORNING BREAK

**10:45-12:00**

# PODCAST

ÜBER 260 FOLGEN | 50K ABONNENTEN



PODCAST

## BI or DIE

Andreas Wiener, Kai-Uwe Stahl

FOLGE ICH

Alle Folgen



### Strategische Begleitung von BI-Projekten - cloudimpulse | Teil 1

Von Dashboarding und Designumsetzung über Datenanforderungsframework und Semantik bis hin zu strukturellem Datendesign zwischen Data-Warehouse und BI-Tool - Carsten und Kai sprechen darüber, wie cloudimpulse die strategische Begleitung von BI-...

26 Min. 34 Sek.



### ESG-Reporting in der Praxis - Controllingcast - Nachhaltigkeit | Teil 6

Ralph, Jens und Kai sprechen über die Relevanz von ESG Dashboards in Unternehmen, die größten Herausforderungen von Nachhaltigkeits-KPIs und welche Rolle Finance dabei spielt. Das erfährst du in dieser Folge: - Warum müssen sich Unternehmen m...

41 Min. 30 Sek.



### Dashboard Week - theoretische Grundlagen - Self Service | Teil 1

Oliver und Andreas besprechen die theoretischen Grundlagen im Umgang mit Self Service Projekten. Wie startet man richtig und welche Tipps sollte man in der Vorbereitung beachten? In der Folge geht es um... Einheitliche Sprache - Information Design - ...

32 Min. 36 Sek.



### Newscast 03/2022

Nach einer längeren Pause sind sie endlich zurück! Andreas Wiener und Carsten Bange besprechen die aktuellen BI-News der letzten Monate. In der Folge geht es unter anderem um... News - The Data Culture Podcast mit Carsten Bange - Data Culture - ...

35 Min. 14 Sek.



### Data Culture Strategie - Data Culture | Teil 6

Bianca und Kai sprechen darüber, wie Datenkultur langfristig im kompletten Unternehmen etabliert werden kann, welche Voraussetzungen es dafür braucht und wieso Awareness-Building, Targeting und Desire dabei eine große Rolle spielen. Du kannst i...

29 Min. 43 Sek.

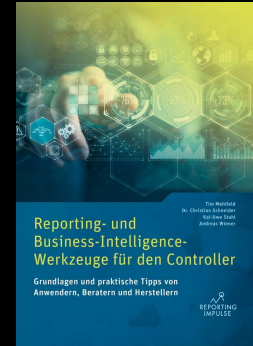
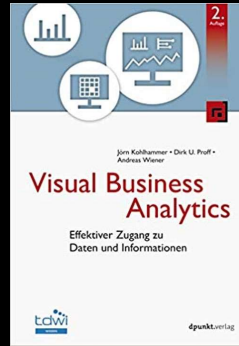


### Wann schafft Data Science (Mehr-)Wert? - Data Science | Teil 2

In welchen Projekten spielt Data Science eine Rolle - oder besser: in welchen nicht? Wie generiert man damit (Mehr-)Wert? Welche Rolle spielt der Mensch eigentlich dabei und wie sieht das Ganze in der Zukunft aus? Vom Data Scientist als Klempner & Data Driv...

35 Min. 41 Sek.

# BÜCHER



# EVENTS

TOP SPEAKER, HEIN BULLSHIT, WISSENSVERMITTLUNG ON POINT | 100% DIGITAL - ALLE STREAMS LIVE AUF

## BI OR DIE PART III LEVEL UP 2023

PLANNING | AI & MACHINE LEARNING | SELF SERVICE & ANALYTICS  
| DATA ARCHITECTURE & DATA STRATEGY | DATA ORGANISATION

## BI OR DIE LIVE IN MÜNCHEN

### WOMEN IN DATA

21. JUNI 2023 14:35 - 18:25 UHR

VERANSTALTUNGEN

- SABINE SCHWENINGER, Data Strategy Consultant, reportingimpulse
- VERONIQUE SCHWITZ, Managerin Business Development, cloudimpulse
- STEFANIE ROSTROZ, Senior Project Manager, cloud
- KARIN THOMAS, Chief Data & Analytics Officer, H&M
- DILIANA BOSSING, Gründerin & Professionalin Coach, Unternehmenskultur
- KATHARINA SCHÜLLER, Betriebsleiterin & Expertin für Data Literacy, cloud



# YOUTUBE

ÜBERSICHT VIDEOS PLAYLISTS COMMUNITY

LIVE AUF

## BI OR DIE LEVEL UP 2022

26.-30. SEPTEMBER 2022

BI OR DIE

### BI or DIE by reportingimpulse

ABONNIERT

1170 Abonnenten · 1628 Videos

Hier geht es um... Podcast BI or DIE | Data | Dashboarding | Business Intelligence | Self Service | Analytics | Controlli...

Anstehende Livestreams

- BI OR DIE 22 PARTS III** Algorithmic Bias - Über Ethik in Data Science und darau... Geplant für: 17.06.22, 12:00

Bereits übertragene Livestreams

- BI OR DIE 22 PARTS III** STRATEGISCHE BEGLEITUNG VON BI-PROJEKTEN 27:59
- BI OR DIE 22 PARTS III** BI UND RPA - EINE LIEBESBEZIEHUNG? 1:01:21
- BI OR DIE 22 PARTS III** ESG-REPORTING IN DER PRAXIS 41:39
- BI OR DIE 22 PARTS III** DATEN ALS STRATEGISCHER VERMÖGENSWERT FÜR TECHNOLOGIE-MEGATRENDS? 1:03:05
- BI OR DIE 22 PARTS III** MESSE-HYPE! Wir müssen jetzt alles nachholen! 29:58

# NICE TO MEET YOU!

**Wie heißt du?**

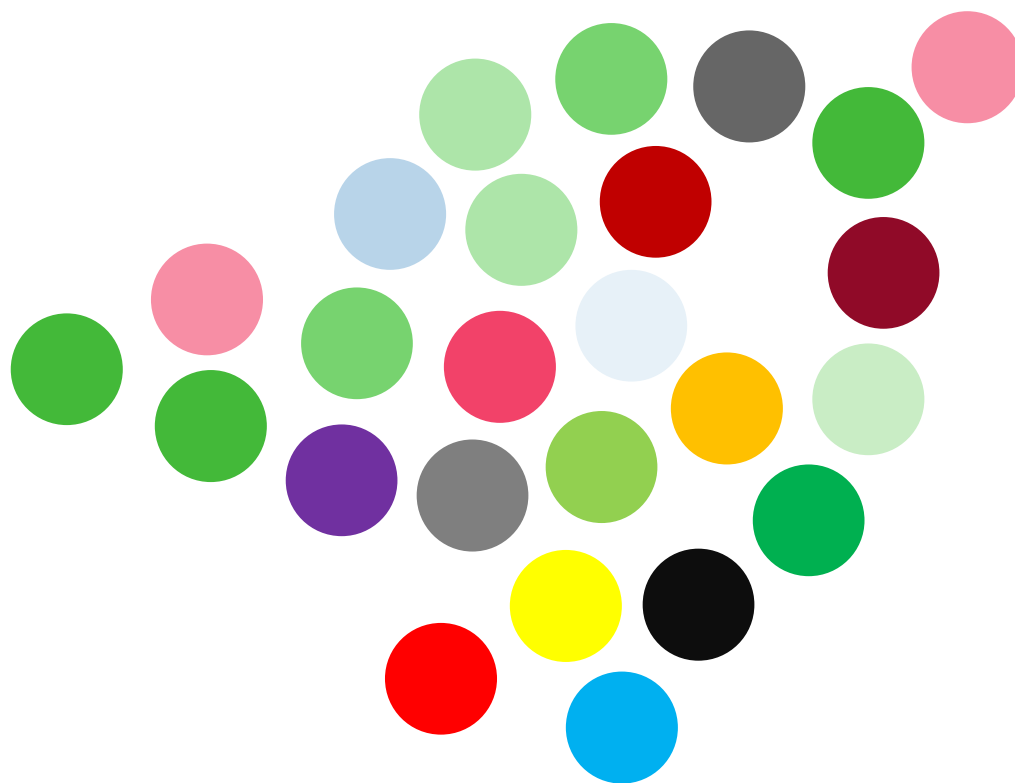
**Hast du Power BI oder Tableau Desktop bereits installiert?**

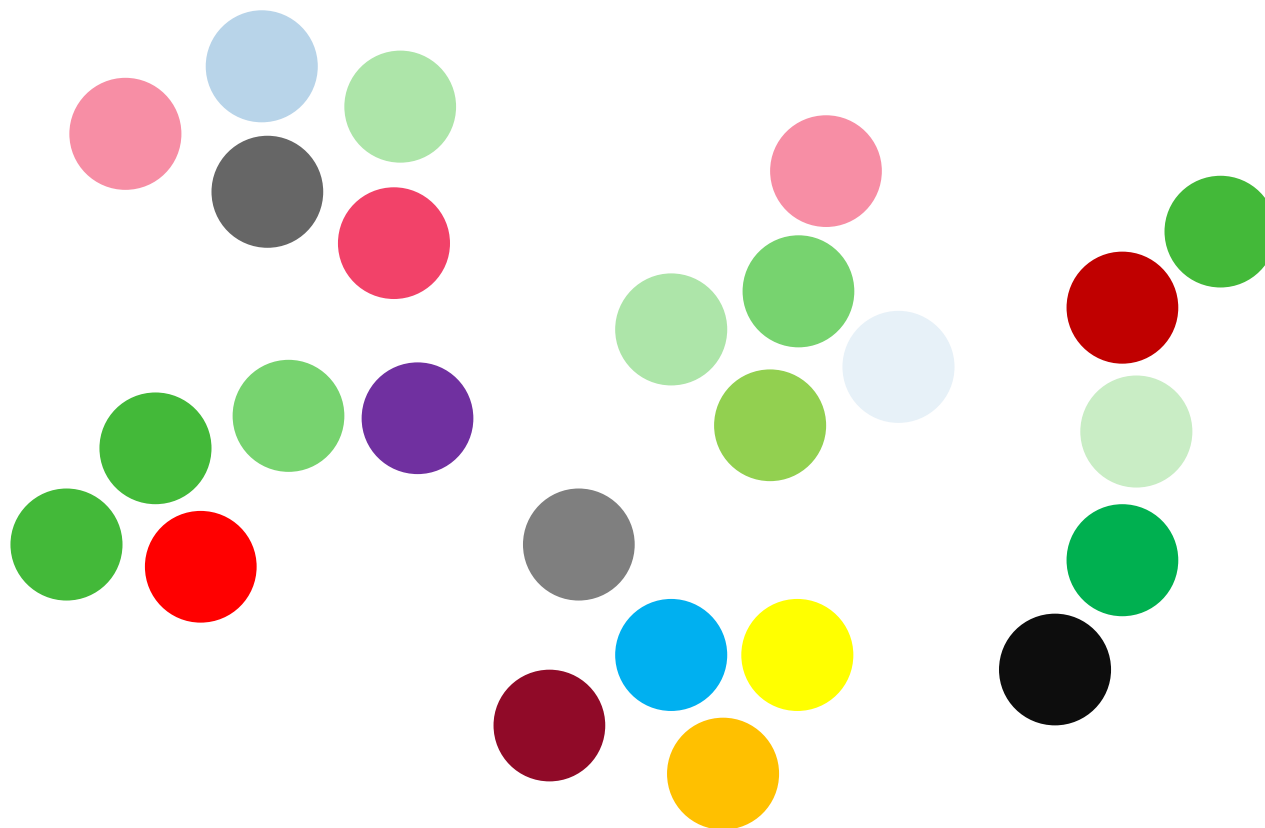
**Hast du bereits erste Erfahrungen im Tool gesammelt?**

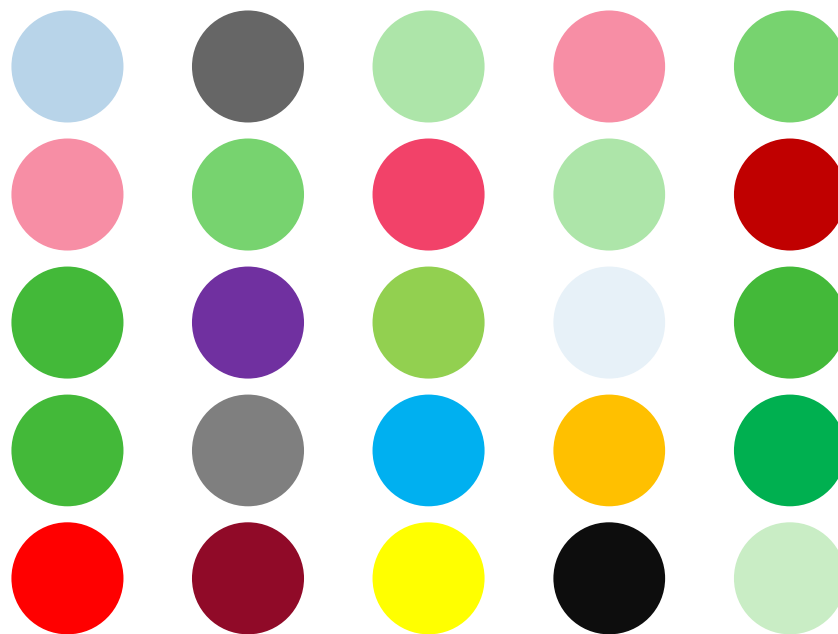
**Mit wem würdest du gerne einen  
Tag lang tauschen?**

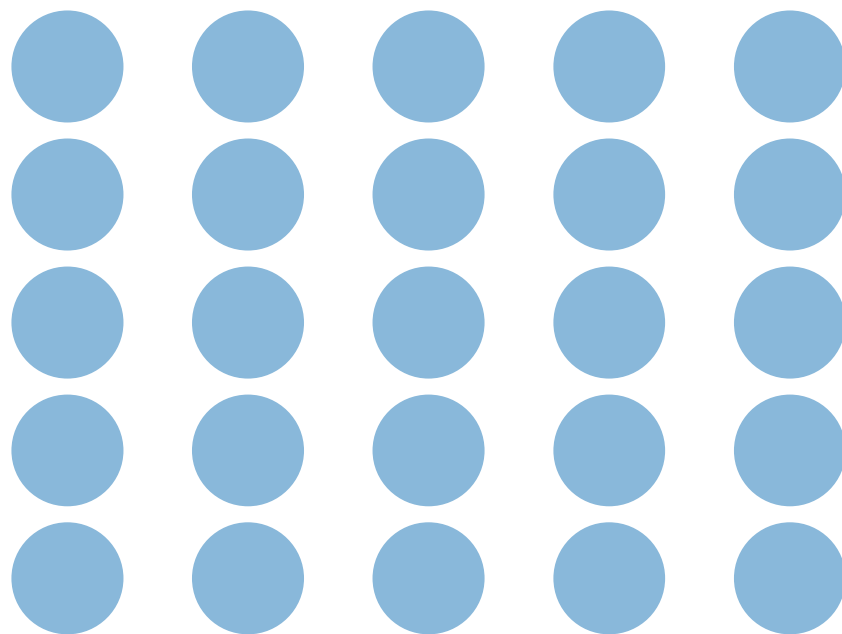


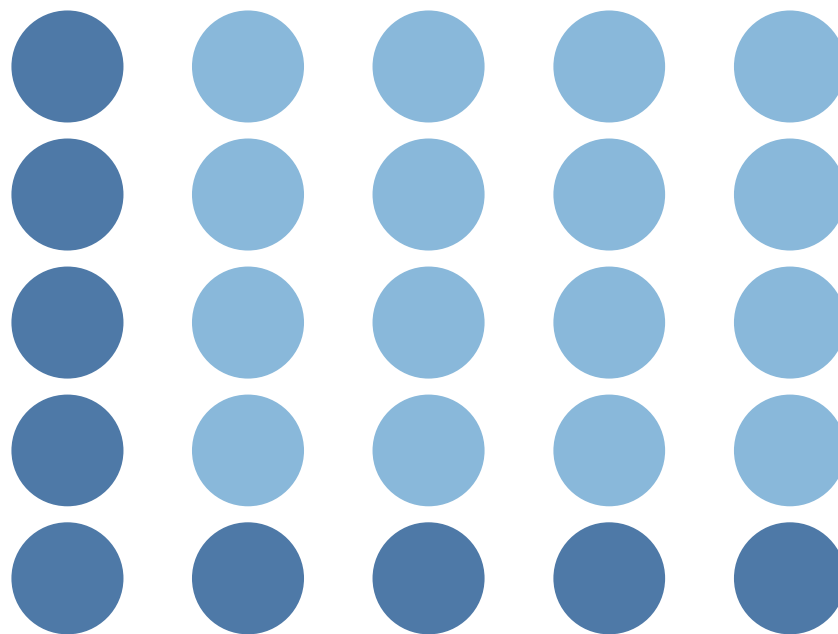






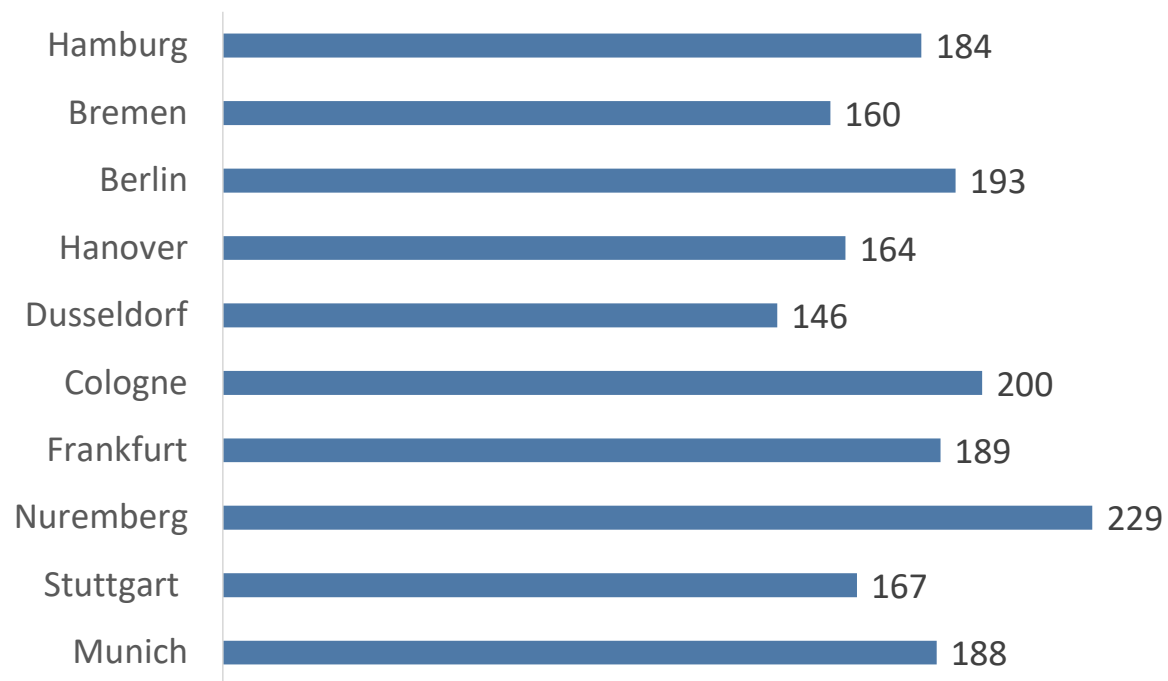






The Markt- & Trendforschung GmbH had the following sales result at their different locations in 2012. Hamburg generated a turnover of 184 mEUR. Bremen had sales of 160 mEUR. The location in Berlin contributed revenue of 193 mEUR and Hanover 164 mEUR. Dusseldorf managed to generate sales of 146 mEUR. Cologne had turnover of 200 mEUR. Frankfurt contributed sales of 189 mEUR. Nuremberg had 229 mEUR. Stuttgart generated 167 mEUR and Munich 188 mEUR.

<b>Locations</b>	<b>2012</b>
<b>Year</b>	
<b>Hamburg</b>	184
<b>Bremen</b>	160
<b>Berlin</b>	193
<b>Hanover</b>	164
<b>Dusseldorf</b>	146
<b>Cologne</b>	200
<b>Frankfurt</b>	189
<b>Nuremberg</b>	229
<b>Stuttgart</b>	167
<b>Munich</b>	188

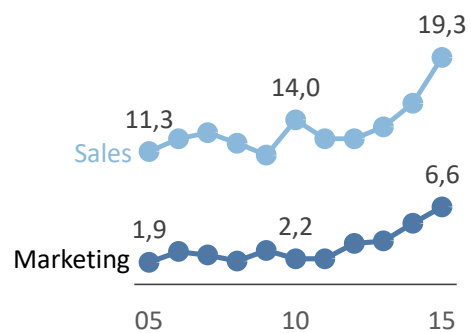


		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Ø
Sales	West	11,3	12,4	12,9	12,0	11,0	14,0	12,4	12,4	13,4	15,4	19,3	13,3
	East	4,8	5,8	5,5	10,9	5,9	3,8	6,2	12,9	5,3	6,3	7,3	6,8
	South	19,9	19,9	17,2	16,4	16,9	16,4	15,3	14,9	14,0	12,3	11,0	15,8
	North	28,4	30,3	34,3	32,0	32,9	34,4	33,9	33,1	34,9	30,4	33,9	32,6
	Company	64,4	68,4	69,9	71,3	66,7	68,6	67,8	73,3	67,6	64,4	71,5	68,5
Marketing	West	1,9	2,8	2,5	2,0	2,9	2,2	2,2	3,5	3,7	5,2	6,6	3,2
	East	3,0	10,2	4,1	4,1	3,6	12,9	4,2	3,8	3,3	4,4	3,0	5,1
	South	4,4	5,0	4,3	5,0	5,4	4,7	4,6	5,1	5,3	4,0	5,3	4,8
	North	11,3	11,0	11,6	4,4	10,4	11,5	12,4	8,9	13,2	13,7	12,4	11,0
	Company	20,6	29,0	22,5	15,5	22,3	31,3	23,4	21,3	25,5	27,3	27,3	24,2

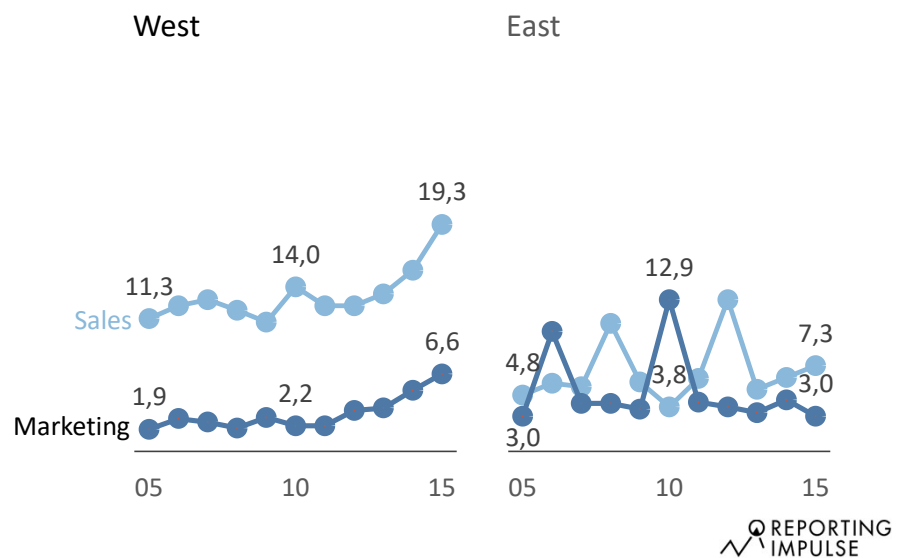
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	∅
Sales	West	11,3	12,4	12,9	12,0	11,0	14,0	12,4	12,4	13,4	15,4	19,3	13,3
	East	4,8	5,8	5,5	10,9	5,9	3,8	6,2	12,9	5,3	6,3	7,3	6,8
	South	19,9	19,9	17,2	16,4	16,9	16,4	15,3	14,9	14,0	12,3	11,0	15,8
	North	28,4	30,3	34,3	32,0	32,9	34,4	33,9	33,1	34,9	30,4	33,9	32,6
	Company	64,4	68,4	69,9	71,3	66,7	68,6	67,8	73,3	67,6	64,4	71,5	68,5
Marketing	West	1,9	2,8	2,5	2,0	2,9	2,2	2,2	3,5	3,7	5,2	6,6	3,2
	East	3,0	10,2	4,1	4,1	3,6	12,9	4,2	3,8	3,3	4,4	3,0	5,1
	South	4,4	5,0	4,3	5,0	5,4	4,7	4,6	5,1	5,3	4,0	5,3	4,8
	North	11,3	11,0	11,6	4,4	10,4	11,5	12,4	8,9	13,2	13,7	12,4	11,0
	Company	20,6	29,0	22,5	15,5	22,3	31,3	23,4	21,3	25,5	27,3	27,3	24,2

		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Ø
Sales	West	11,3	12,4	12,9	12,0	11,0	14,0	12,4	12,4	13,4	15,4	19,3	13,3
	East	4,8	5,8	5,5	10,9	5,9	3,8	6,2	12,9	5,3	6,3	7,3	6,8
	South	19,9	19,9	17,2	16,4	16,9	16,4	15,3	14,9	14,0	12,3	11,0	15,8
	North	28,4	30,3	34,3	32,0	32,9	34,4	33,9	33,1	34,9	30,4	33,9	32,6
	Company	64,4	68,4	69,9	71,3	66,7	68,6	67,8	73,3	67,6	64,4	71,5	68,5
Marketing	West	1,9	2,8	2,5	2,0	2,9	2,2	2,2	3,5	3,7	5,2	6,6	3,2
	East	3,0	10,2	4,1	4,1	3,6	12,9	4,2	3,8	3,3	4,4	3,0	5,1
	South	4,4	5,0	4,3	5,0	5,4	4,7	4,6	5,1	5,3	4,0	5,3	4,8
	North	11,3	11,0	11,6	4,4	10,4	11,5	12,4	8,9	13,2	13,7	12,4	11,0
	Company	20,6	29,0	22,5	15,5	22,3	31,3	23,4	21,3	25,5	27,3	27,3	24,2

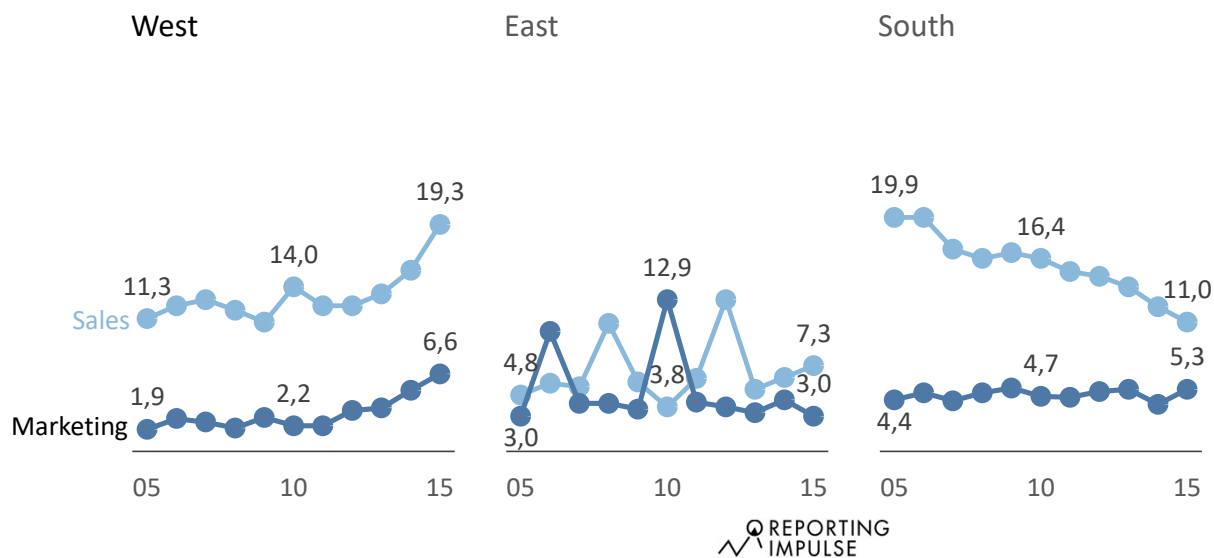
### West



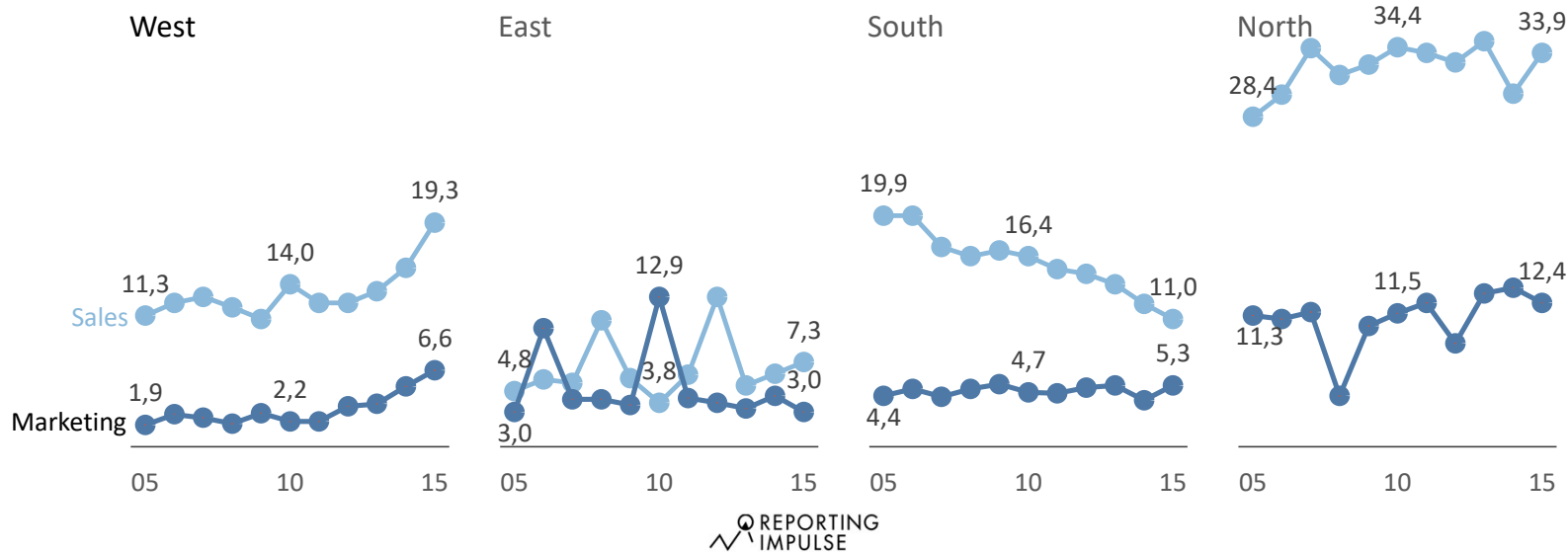
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Ø
Sales	West	11,3	12,4	12,9	12,0	11,0	14,0	12,4	12,4	13,4	15,4	19,3	13,3
	East	4,8	5,8	5,5	10,9	5,9	3,8	6,2	12,9	5,3	6,3	7,3	6,8
	South	19,9	19,9	17,2	16,4	16,9	16,4	15,3	14,9	14,0	12,3	11,0	15,8
	North	28,4	30,3	34,3	32,0	32,9	34,4	33,9	33,1	34,9	30,4	33,9	32,6
	Company	64,4	68,4	69,9	71,3	66,7	68,6	67,8	73,3	67,6	64,4	71,5	68,5
Marketing	West	1,9	2,8	2,5	2,0	2,9	2,2	2,2	3,5	3,7	5,2	6,6	3,2
	East	3,0	10,2	4,1	4,1	3,6	12,9	4,2	3,8	3,3	4,4	3,0	5,1
	South	4,4	5,0	4,3	5,0	5,4	4,7	4,6	5,1	5,3	4,0	5,3	4,8
	North	11,3	11,0	11,6	4,4	10,4	11,5	12,4	8,9	13,2	13,7	12,4	11,0
	Company	20,6	29,0	22,5	15,5	22,3	31,3	23,4	21,3	25,5	27,3	27,3	24,2



		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Ø
Sales	West	11,3	12,4	12,9	12,0	11,0	14,0	12,4	12,4	13,4	15,4	19,3	13,3
	East	4,8	5,8	5,5	10,9	5,9	3,8	6,2	12,9	5,3	6,3	7,3	6,8
	South	19,9	19,9	17,2	16,4	16,9	16,4	15,3	14,9	14,0	12,3	11,0	15,8
	North	28,4	30,3	34,3	32,0	32,9	34,4	33,9	33,1	34,9	30,4	33,9	32,6
	Company	64,4	68,4	69,9	71,3	66,7	68,6	67,8	73,3	67,6	64,4	71,5	68,5
Marketing	West	1,9	2,8	2,5	2,0	2,9	2,2	2,2	3,5	3,7	5,2	6,6	3,2
	East	3,0	10,2	4,1	4,1	3,6	12,9	4,2	3,8	3,3	4,4	3,0	5,1
	South	4,4	5,0	4,3	5,0	5,4	4,7	4,6	5,1	5,3	4,0	5,3	4,8
	North	11,3	11,0	11,6	4,4	10,4	11,5	12,4	8,9	13,2	13,7	12,4	11,0
	Company	20,6	29,0	22,5	15,5	22,3	31,3	23,4	21,3	25,5	27,3	27,3	24,2



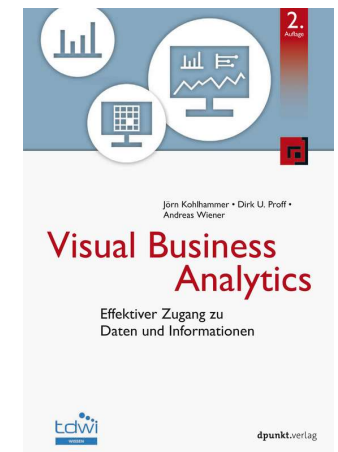
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Ø
Sales	West	11,3	12,4	12,9	12,0	11,0	14,0	12,4	12,4	13,4	15,4	19,3	13,3
	East	4,8	5,8	5,5	10,9	5,9	3,8	6,2	12,9	5,3	6,3	7,3	6,8
	South	19,9	19,9	17,2	16,4	16,9	16,4	15,3	14,9	14,0	12,3	11,0	15,8
	North	28,4	30,3	34,3	32,0	32,9	34,4	33,9	33,1	34,9	30,4	33,9	32,6
	Company	64,4	68,4	69,9	71,3	66,7	68,6	67,8	73,3	67,6	64,4	71,5	68,5
Marketing	West	1,9	2,8	2,5	2,0	2,9	2,2	2,2	3,5	3,7	5,2	6,6	3,2
	East	3,0	10,2	4,1	4,1	3,6	12,9	4,2	3,8	3,3	4,4	3,0	5,1
	South	4,4	5,0	4,3	5,0	5,4	4,7	4,6	5,1	5,3	4,0	5,3	4,8
	North	11,3	11,0	11,6	4,4	10,4	11,5	12,4	8,9	13,2	13,7	12,4	11,0
	Company	20,6	29,0	22,5	15,5	22,3	31,3	23,4	21,3	25,5	27,3	27,3	24,2



# INTRODUCTION VISUAL BUSINESS ANALYTICS MODEL

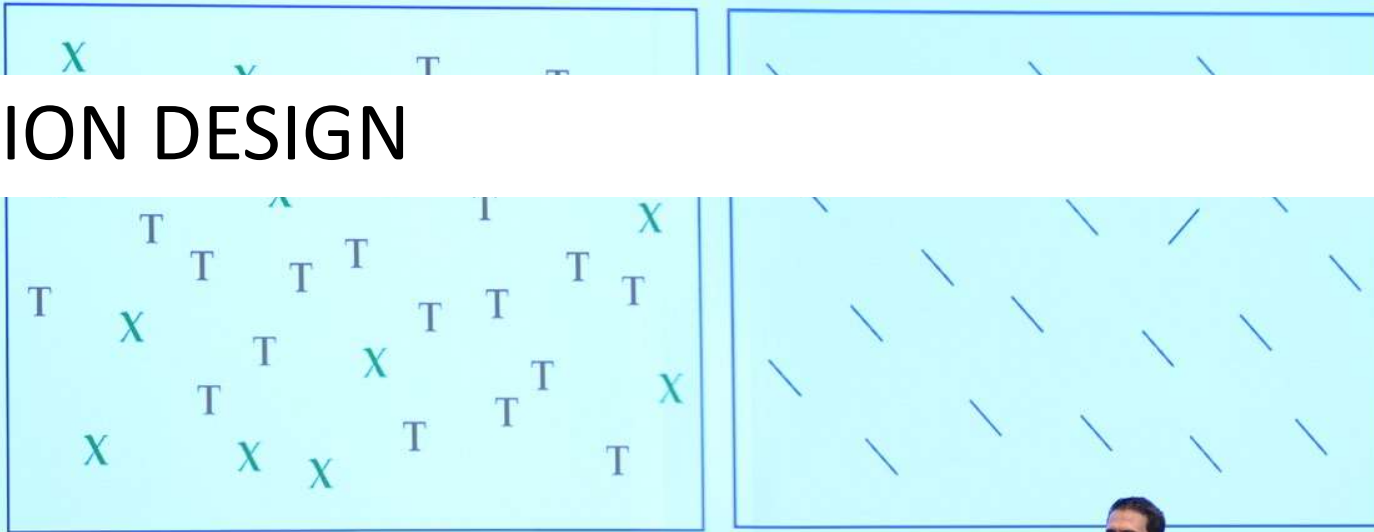
USE DATA VISUALIZATION NAVIGATION

INFORMATION  
DESIGN



In Anlehnung an Visual Business Analytics – Effektiver Zugang zu Daten und Informationen (2013)

# INFORMATION DESIGN



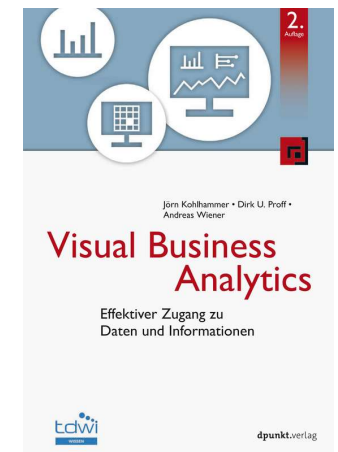
# INTRODUCTION VISUAL BUSINESS ANALYTICS MODEL

USE DATA VISUALIZATION NAVIGATION

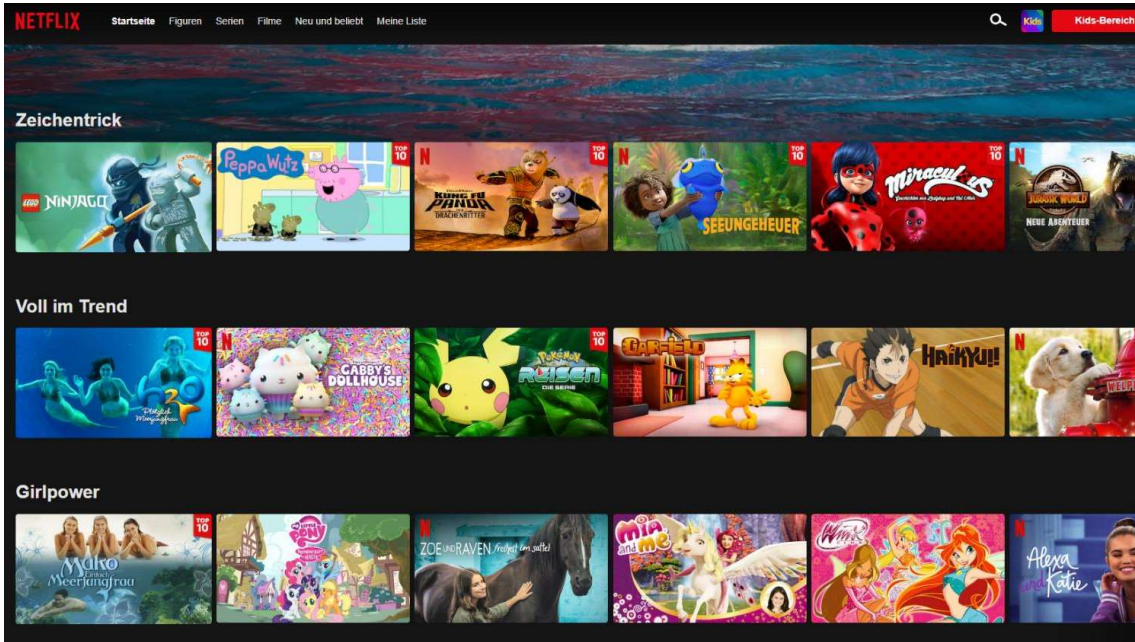
INFORMATION DESIGN



VISUAL BUSINESS INTELLIGENCE



# VISUAL BUSINESS INTELLIGENCE

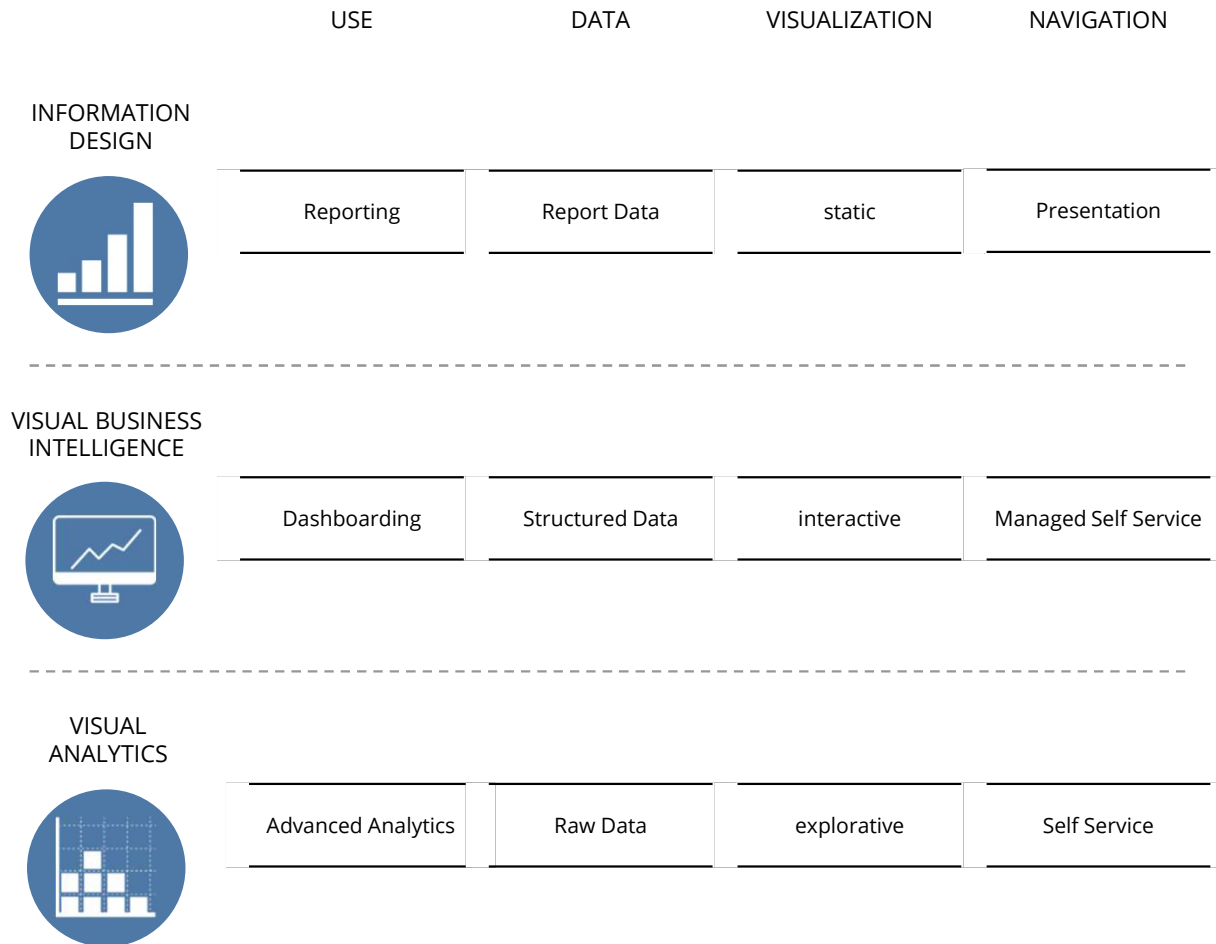


Country ΔBUD | K EUR | YTD 2021

Country 2 <b>0.5K</b> ACT 264K BUD 263K	Country 5 <b>-1.3K</b> ACT 205K BUD 206K	Country 7 <b>-1.0K</b> ACT 187K BUD 188K	Country 8 <b>-0.2K</b> ACT 132K BUD 132K
Country 9 <b>0.5K</b> ACT 32K BUD 32K	Country 15 <b>-0.4K</b> ACT 24K BUD 24K	Country 22 <b>-0.1K</b> ACT 23K BUD 23K	Country 10 <b>-0.7K</b> ACT 22K BUD 22K
Country 23 <b>0.5K</b> ACT 20K BUD 20K	Country 12 <b>0.5K</b> ACT 19K BUD 18K	Country 19 <b>0.2K</b> ACT 10K BUD 10K	Country 4 <b>0.5K</b> ACT 9K BUD 8K
Country 1 <b>0.0K</b> ACT 6K BUD 6K	Country 18 <b>-0.4K</b> ACT 4K BUD 4K	Country 6 <b>-0.3K</b> ACT 3K BUD 3K	Country 20 <b>0.0K</b> ACT 0.1K BUD 0.1K

©reportingimpulse GmbH

# INTRODUCTION VISUAL BUSINESS ANALYTICS MODEL



# VISUAL BUSINESS INTELLIGENCE

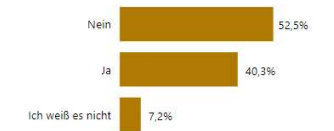


BI or DIE Self-Service Umfrage Aug. 2022

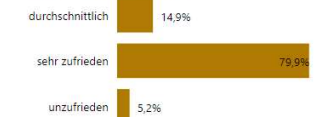
Reifegrad	IT Unterstützung	Community
2,88	3,93	3,36
Total 2,88 Δ 0,00	Total 3,93 Δ 0,00	Total 3,36 Δ 0,00
Visualisierung	Anforderungsaufnahme	Data Catalogue
2,54	2,36	1,81
Total 2,54 Δ 0,00	Total 2,36 Δ 0,00	Total 1,81 Δ 0,00



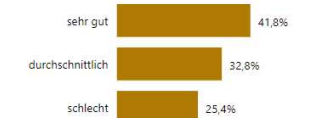
Besitzt Dein Unternehmen einen Visualisierungsstandard?



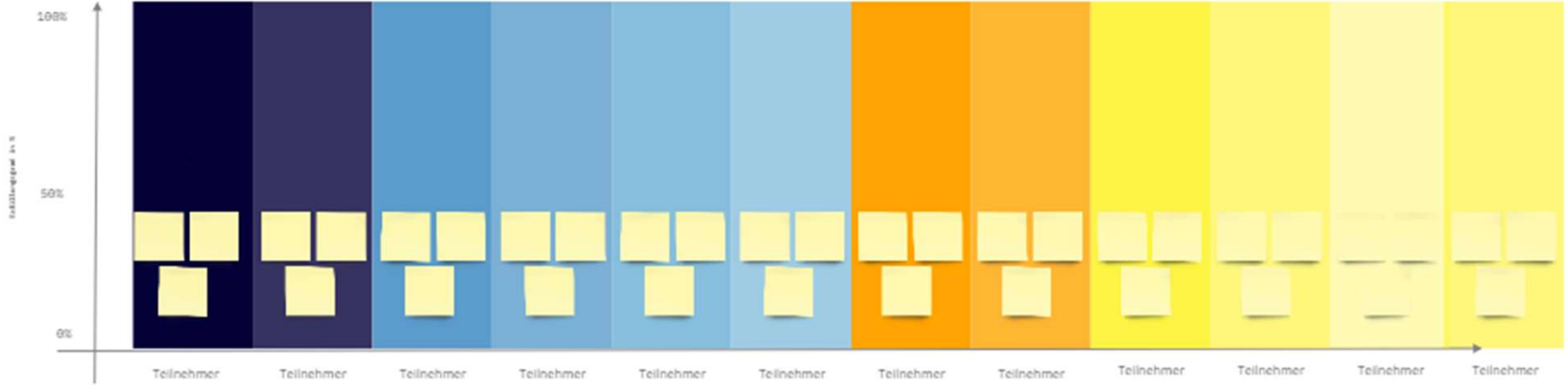
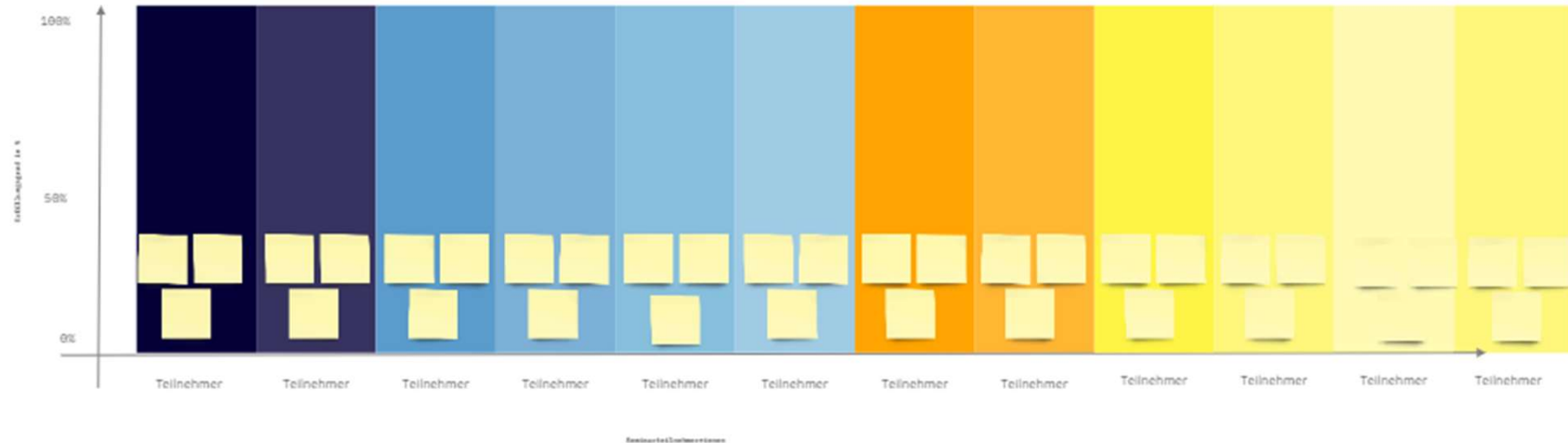
Wie zufrieden bist Du mit dem Self Service Tool?



Wie beurteilst Du die Datenqualität, um Self Service auszuüben?



# WAS ERWARTEST DU DIR?







## Data Preparation

„WIR MÜSSEN ERSTMAL ALLE DATEN  
UND DAS RICHTIGE TOOL HABEN!“



„DATAPREP IST WICHTIG,  
ABER AUCH NICHT ALLES!“

„STARTE!“

„ICH WILL MEINE  
POWERPOINT & EXCEL  
GENAUSO IM TOOL!“

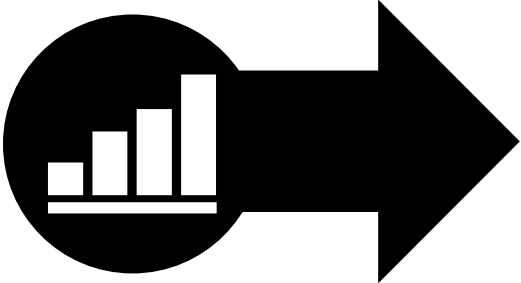
„DATENQUALITÄT IST EIN  
ENDLOSER PROZESS!“

„ES BRAUCHT AUSTAUSCH UND  
KOOOPERATION ÜBER DEN EIGENEN  
BEREICH HINAUS!“

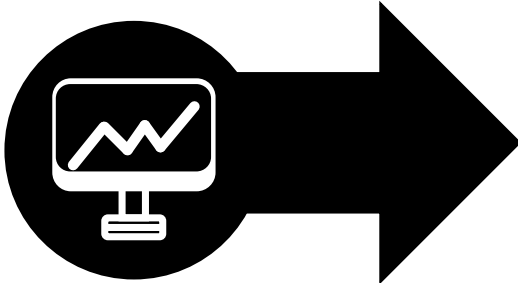


## Information Design

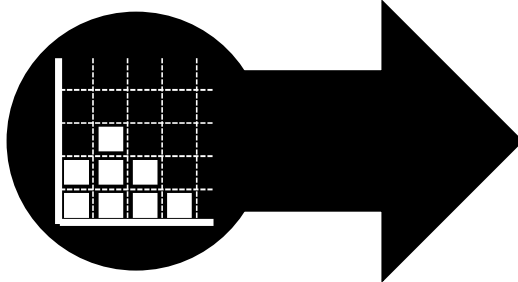
# VISUAL BUSINESS ANALYTICS MODELL



Information Design  
Visualisierung & Diagrammauswahl



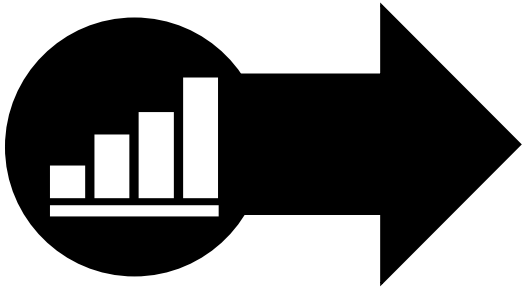
Visual Business Intelligence  
Storytelling & Interaktivität



Visual Analytics  
Explorativ & fortgeschrittene  
Diagramme



# VISUAL BUSINESS ANALYTICS MODELL



Information Design  
Visualisierung & Diagrammauswahl



Visual Business Intelligence  
Storytelling & Interaktivität

Verwendung:

Reporting

Daten:

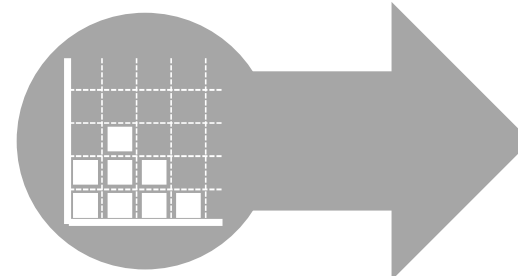
Report Daten

Visualisierung:

statisch

Navigation:

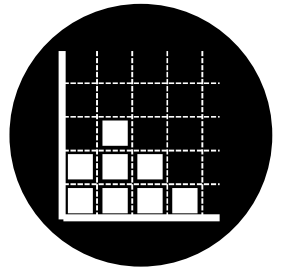
Präsentation



Visual Analytics  
Explorativ & fortgeschrittene  
Diagramme



# 6 SCHRITTE ZU GUTEM INFORMATION DESIGN

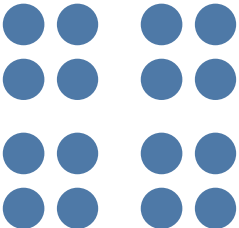




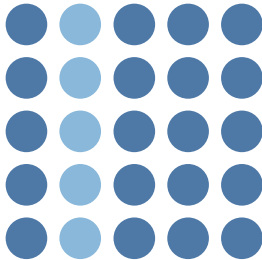
GEHÖRT DAS ZUSAMMEN?



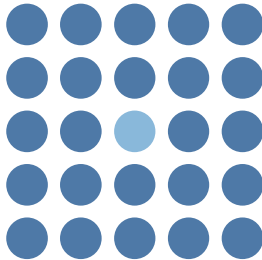
# GESTALTGESETZE



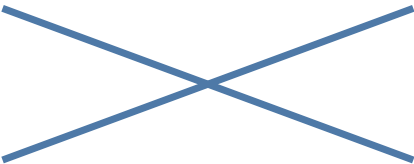
Gesetz der Nähe



Gesetz der Ähnlichkeit



Gesetz der Prägnanz



Gesetz der guten Fortsetzung



Gesetz der Geschlossenheit



Gesetz des gemeinsamen Schicksals



2

FARBEN „FÜHLEN“



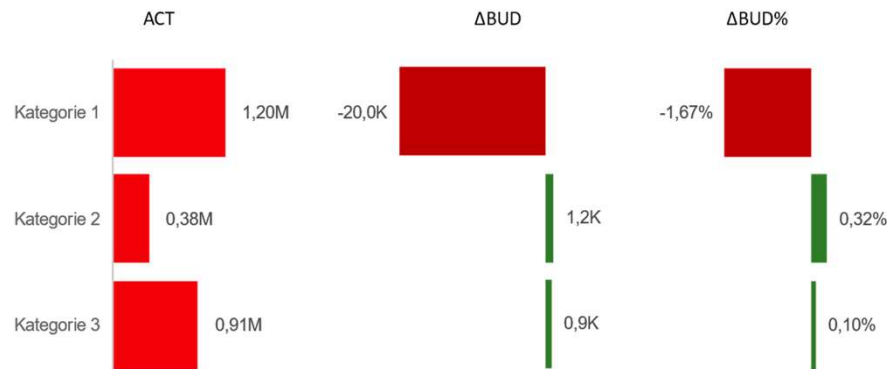
# EXKURS FARBPSYCHOLOGIE



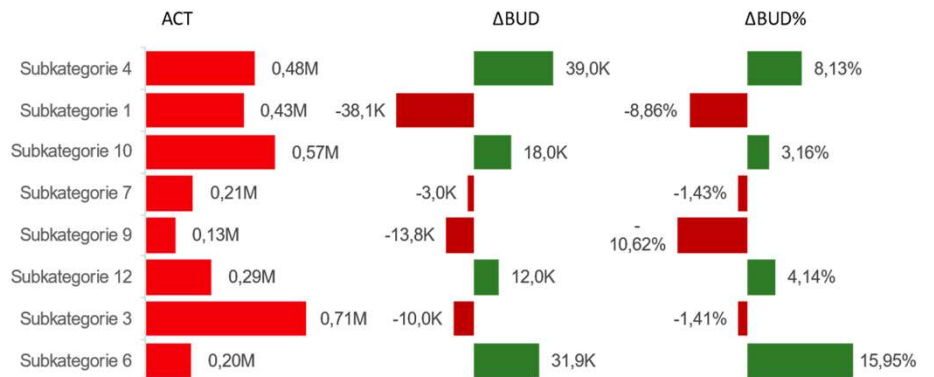
	<b>Positiv</b>	<b>Negativ</b>
Rot:	Leidenschaft	Gefahr
Gelb:	Optimismus	Geiz
Blau:	Seriosität	Kälte
Grün:	Glück	Neid
Violett:	Luxus	Intrige
Schwarz:	Eleganz	Trauer

# DASHBOARD BEISPIEL

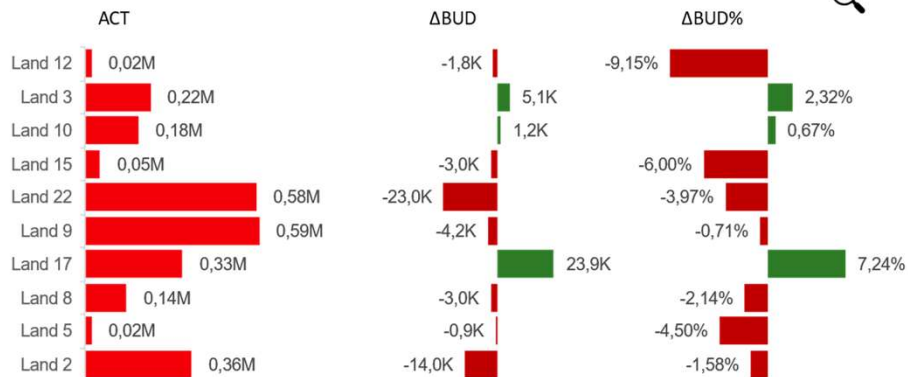
## KATEGORIE



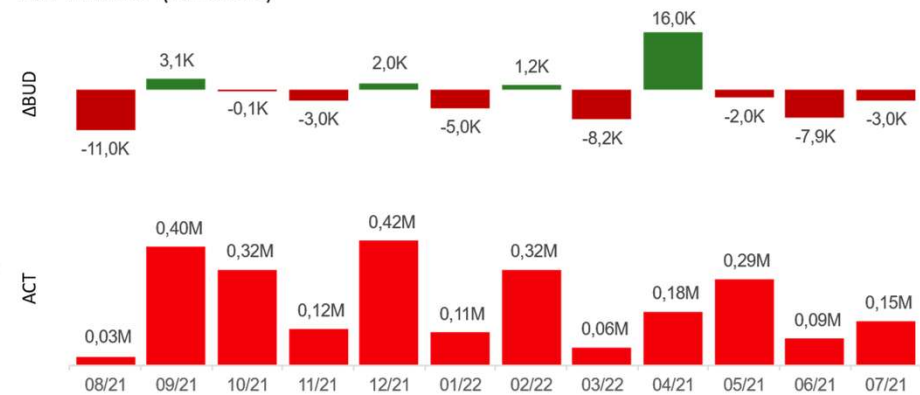
## TOP 10 SUBKATEGORIE



## TOP 10 LÄNDER



## ZEITVERLAUF (rollierend)

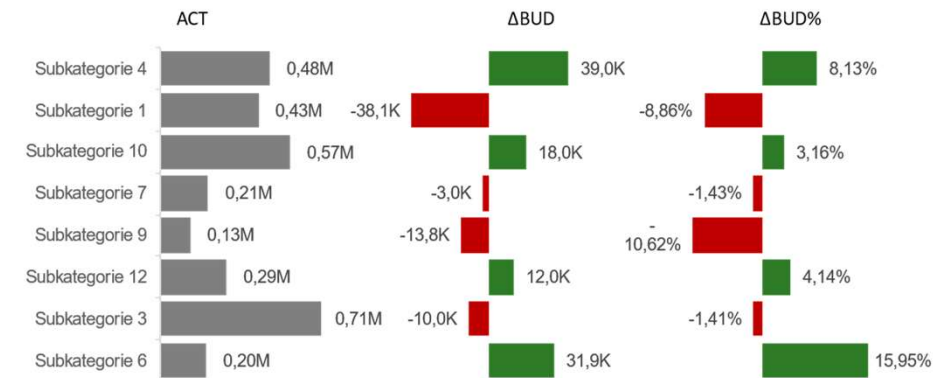


# DASHBOARD BEISPIEL

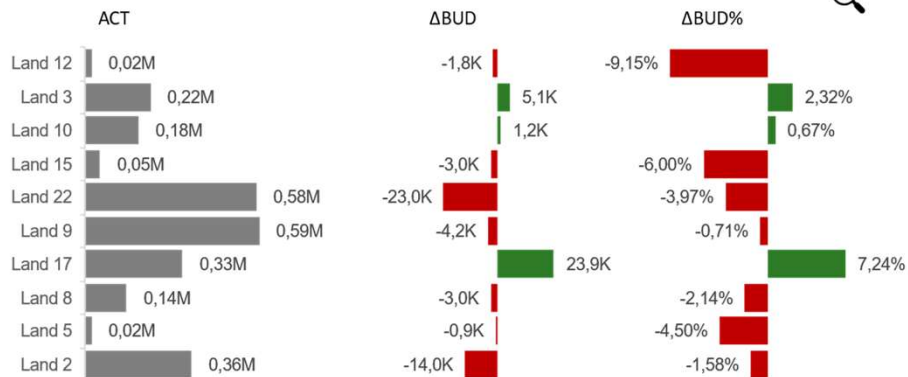
## KATEGORIE



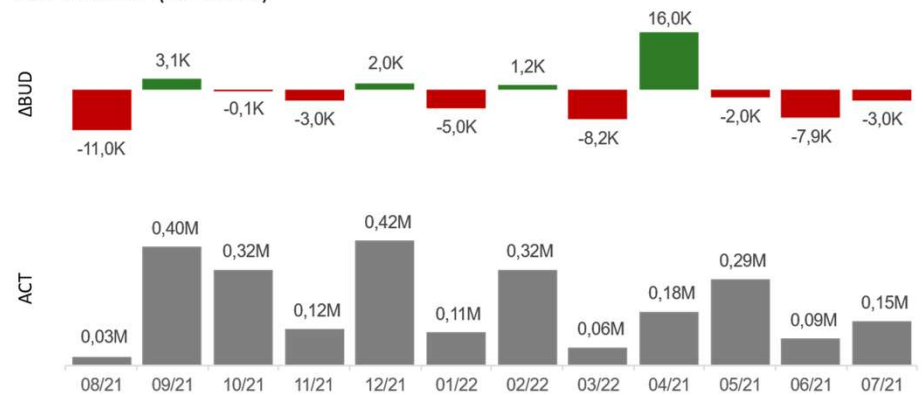
## TOP 10 SUBKATEGORIE



## TOP 10 LÄNDER



## ZEITVERLAUF (rollierend)



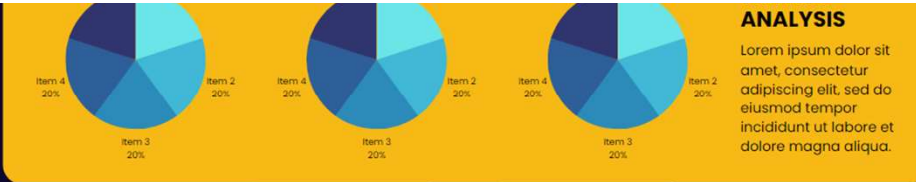


# 3

WENIGER IST MEHR



# BEISPIEL UNTERNEHMENSPRÄSENTATION



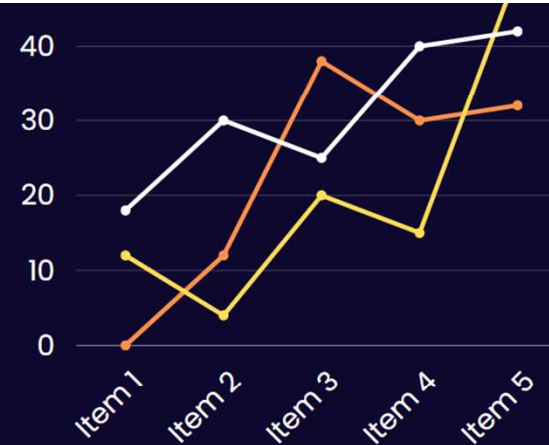
## TRAFFIC ANALYSIS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

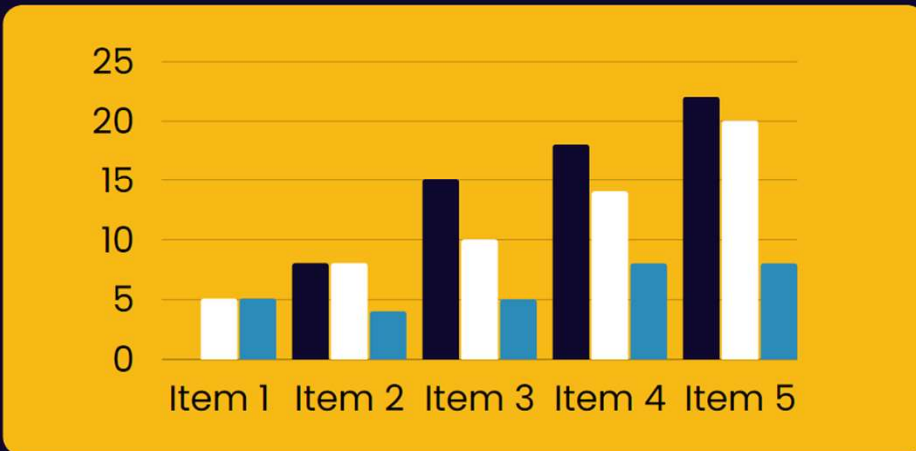


## TRAFFIC ANALYSIS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



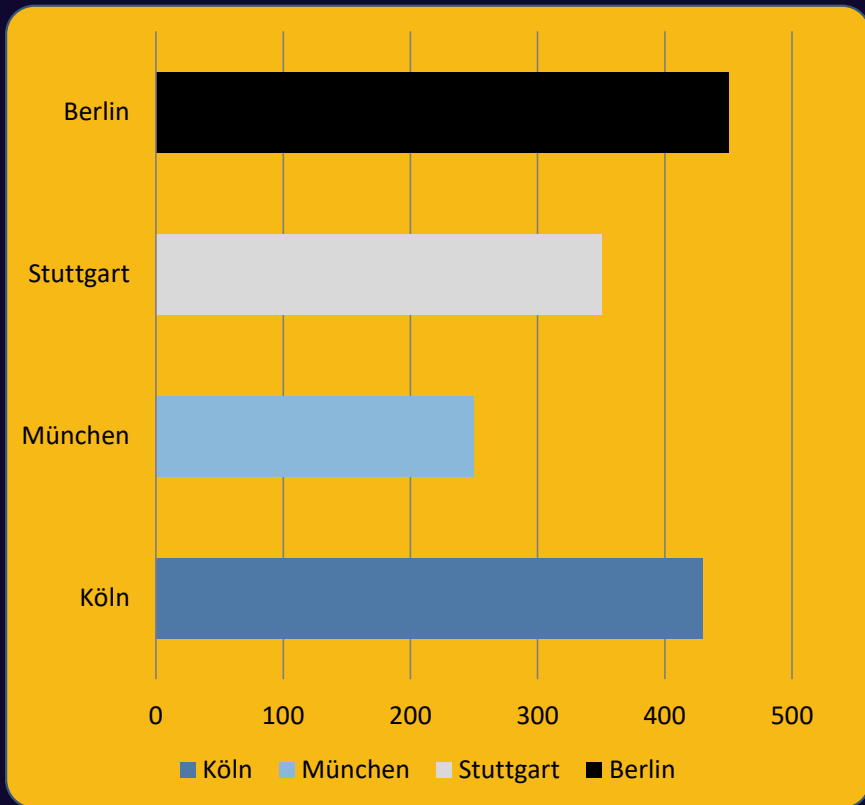
ESTELLE DARCY



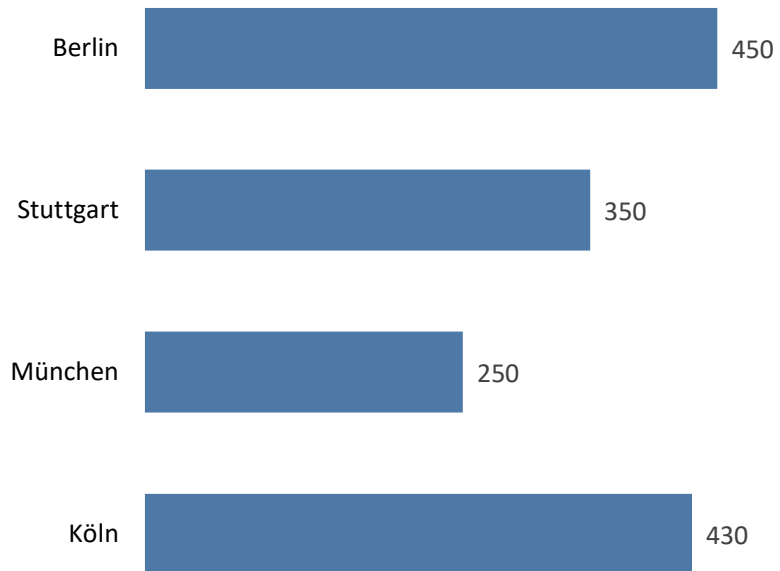
## TOP PAID KEYWORDS

Giggling Platypus Co.	29.5%
Liceria & Co.	50.5%
Larana, Inc.	90.5%
RimberioFradel and Spies Co	10.5%

# BEISPIEL: BALKENDIAGRAMM

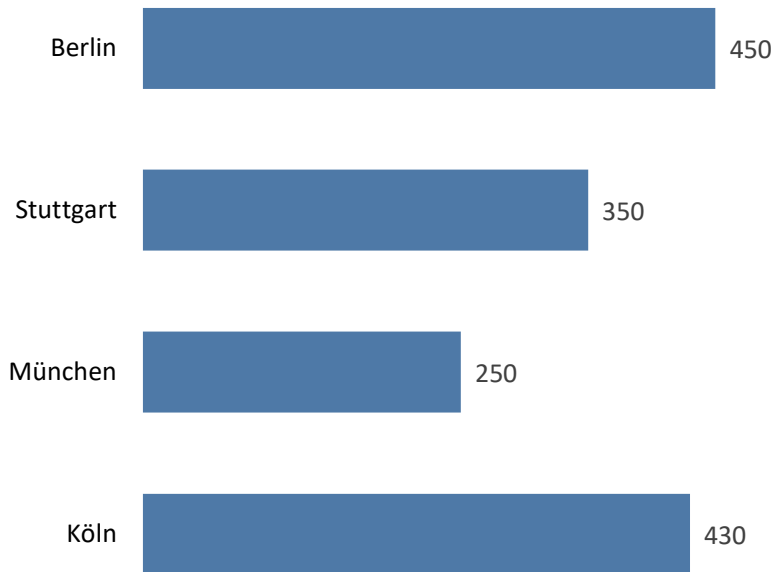


# BEISPIEL: BALKENDIAGRAMM



- Hintergrundfarbe Seite und Diagramm
- Legende redundant
- Balkenfarbe
- Datenbeschriftung
  - Führungslinien und X-Achse

# BEISPIEL: BALKENDIAGRAMM



- Hintergrundfarbe Seite und Diagramm
- Legende redundant
- Balkenfarbe
- Datenbeschriftung
  - Führungslinien und X-Achse

Bonustipp 1: Keine dekorative Elemente oder Bilder

Bonustipp 2: Text soll echten Mehrwert bieten



ESTELLE DARGY



In Berlin ist der Umsatz am höchsten, **weil** ...



4

DIE TABELLE KANN MEHR!



# TEXTUELLE TABELLE
















Product	YTD	PY
Teddy Bear	148	144
Ball	124	126
Car	147	152
Puzzle	135	127
Doll	94	88
Board game	162	162
Coloured pencils	211	202
Building Blocks	139	138
Horses	161	171
<b>Total</b>	<b>1.321</b>	<b>1.310</b>

Umsatz | TEUR | YTD 2023

	YTD	PY
<b>Products</b>	<b>1.321</b>	<b>1.310</b>
Teddy Bear	149	144
Ball	124	126
Car	147	152
Puzzle	135	127
Doll	94	88
Board game	162	162
Coloured pencils	211	202
Building Blocks	139	138
Horses	161	171

# VISUELLE TABELLE

Umsatz | TEUR, % | YTD 2023, ΔPY

	YTD	PY	ΔPY		ΔPY %	
<b>Products</b>	<b>1.321</b>	<b>1.310</b>		 11		 0,8%
Teddy Bear	149	144		 4		 2,8%
Ball	124	126	-2			-1,6%
Car	147	152	-5			-3,3%
Puzzle	135	127		 8		 6,3%
Doll	94	88		 6		 6,8%
Board game	162	162		0		0,0%
Coloured pencils	211	202		 9		 4,5%
Building Blocks	139	138		 1		 0,7%
Horses	161	171	-10			-5,8%

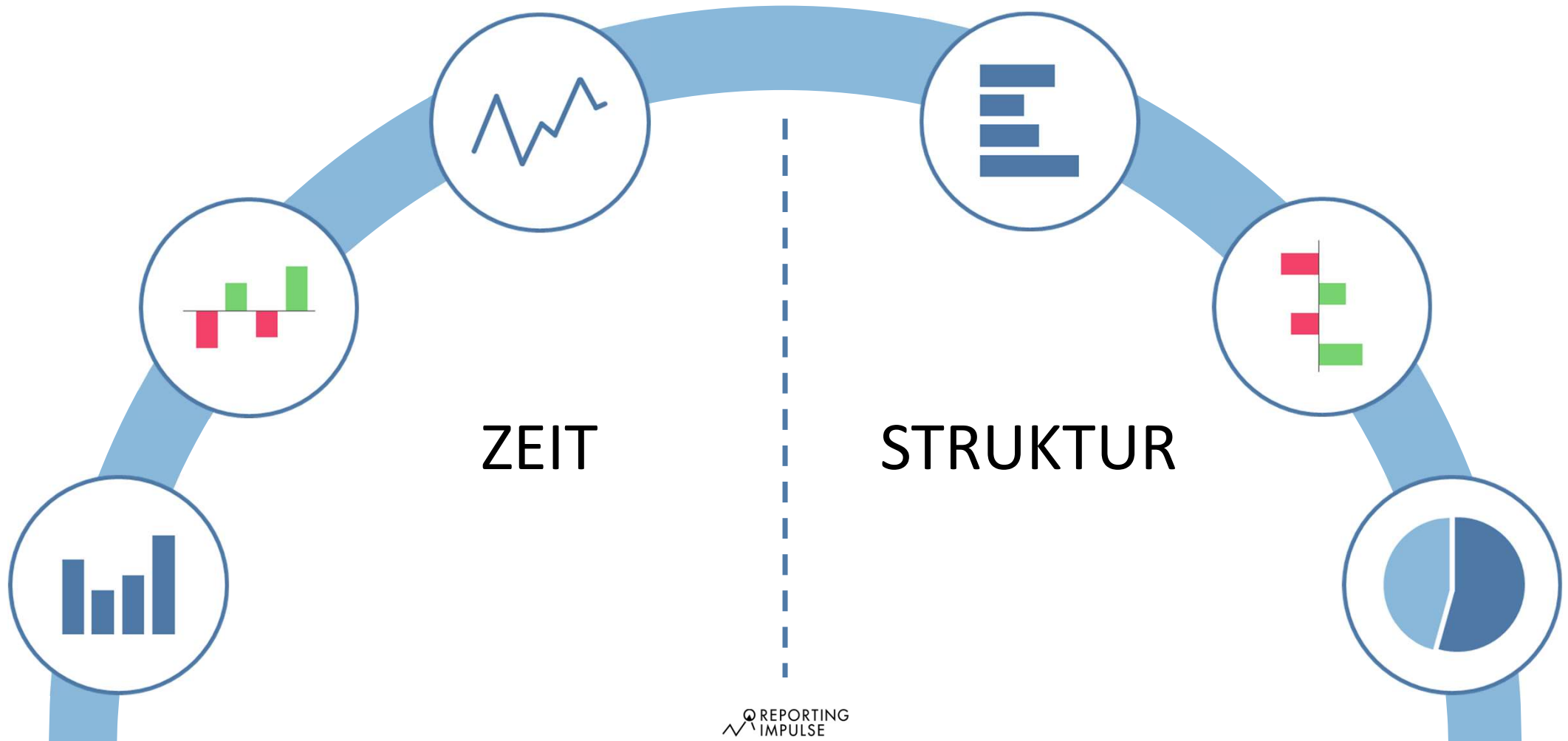


# 5

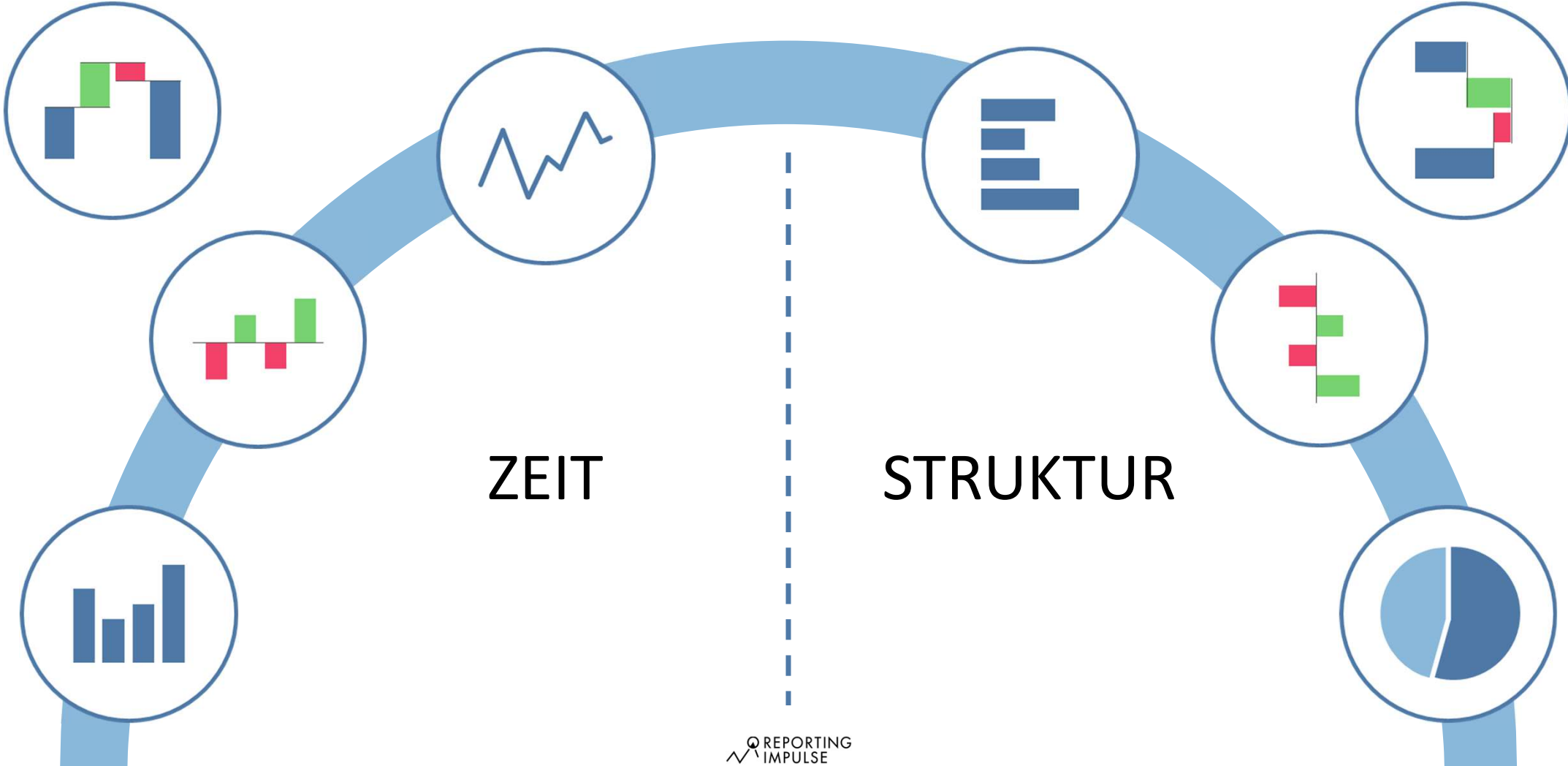
DAS KLEINE 1 MAL 1



# EMPFOHLENE DIAGRAMME



# WASSERFALL (OPTIONAL)






# 6

## GEMEINSAM VISUALISIEREN



# BEST PRACTICE GUIDELINE



## DATA VISUALIZATION BEST PRACTICE GUIDELINE

### FARBSET

Schrift & Tabellen	Hintergrund	Diagramme		Positive & Negative Werte	
RGB: 0 0 0 HEX: #000000	RGB: 255 255 255 HEX: #FFFFFF	RGB: 78 121 167 HEX: #4E79A7	RGB: 137 184 218 HEX: #899BDA	RGB: 119 211 111 HEX: #77D36F	RGB: 242 66 105 HEX: #F24269

ZEIT			STRUKTUR		
SÄULE	LINIE	KOMBINATION	BALKEN	KREIS	KOMBINATION

## ONE PAGER VISUAL ANALYTICS

### ONE PAGER DASHBOARD DESIGN

#### ONE PAGER INFORMATION DESIGN

##### FARBEN

0 0 0	SCHRIFT
0 0 0	TABELLEN
78 121 167	DIAGRAMME
137 184 218	
119 211 111	POSITIVE WERTE
242 66 105	NEGATIVE WERTE

##### SCHRIFT

SCHRIFTFART: Arial  
ERLAUBTE FORMATE: Normal & Fett  
KEINE EINFÄRBUNG: rot & grün

##### MICRO CHARTS

KREIS: Anteil  
SÄULE: Verlauf  
LINIE: Verlauf

##### DIAGRAMME

ZEIT	SÄULE	LINIE	ABWEICHUNG	WASSERFALL
STRUKTUR	BALKEN	KREIS	ABWEICHUNG	WASSERFALL

##### TABELLEN DESIGN

	5		ΔVj	6
	Vj	ACT		
1 Umsätze TEUR 2022, Vj				
2 <b>BADEN-WÜRTTEMBERG</b>	6.900	6.360	-540	6
Stuttgart	2.238	1.359	-879	
Aalen	1.760	1.804	44	
Heilbronn	1.459	1.721	262	
3 Heidenheim	1.443	1.476	33	

1 TITEL KONZEPT	4 ZAHLEN (rechtsbündig)
2 SUMMEN (fett, Großbuchstaben)	5 SPALTENKOPF (rechtsbündig)
3 BUCHSTABEN (linksbündig)	6 Visuelles Element

# BEST PRACTICE GUIDELINE

### REPORTING-GUIDELINE FC TEL-IT

**FARBEN**

- 75 75 75 Schrift
- 164 164 164 Tabellen
- 124 124 124 Diagramme
- 83 166 242
- 226 9 116 Highlighting
- 167 179 36 Positive Ergebnissierung
- 217 0 0 Negative Ergebnissierung

**SCHRIFT**

FOVIT  
TeilGrotesk

**DIAGRAMME**

ZEIT

- Saule
- Wasserfall
- Linie
- Abweichung
- Abweichung %

STRUKTUR

- Balken
- Wasserfall
- Kreis
- Abweichung
- Abweichung %

HERVORHEBUNGEN

Fett & Magenta

**REIHENFOLGE**

ART

BEISPIEL

KREIS Anteil

AUSZUG PAL  
16, % , 2017, FCS, ΔFCS

SAULE Verlauf

LINE Trend

ACT FCS ΔFCS ΔFCS%

SPEND -3.163 -3.998

Capex -1.359 -2.238

Opex -1.804 -1.760

## DASHBOARDS

8 Empfehlungen für die Entwicklung von besseren, interaktiven Dashboards

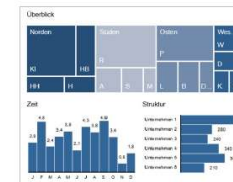
### Suitable Charts

**TIME SERIES**

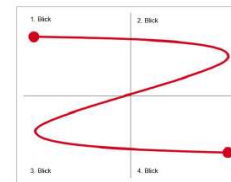
- COLUMN
- LINE
- DEVIATION
- WATERFALL

Time always horizontally

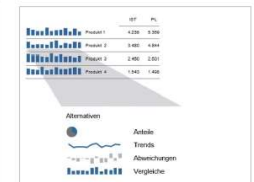
Angemessene Diagramme einsetzen



Für Entwicklung Leserichtung berücksichtigen



Microcharts für Zusatzinformationen nutzen



### ONE PAGER DASHBOARD DESIGN

**KPI Dashboard**

**Monitoring Dashboard**

**Reading Gravity**

1. View, 2. View, 3. View, 4. View

**Tiles**

€ Δ +8,3

Δ +8,3

54%

UB I UB II UB III

+2,0 +4,0 +7,0

©reportingpulse GmbH

### DAIMLER

PIE

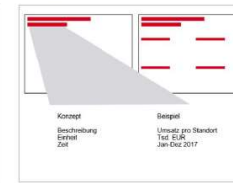
DEVIATION

WATERFALL

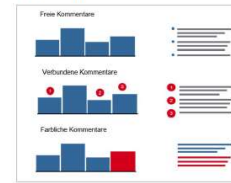
Structure always vertically

very good visual report. The distribution of the charts for the use case time series and

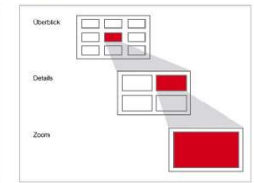
Titelkonzept für Kernaussagen nutzen



Kommentare und Empfehlungen einsetzen



Auf ein einheitliches Storytelling setzen

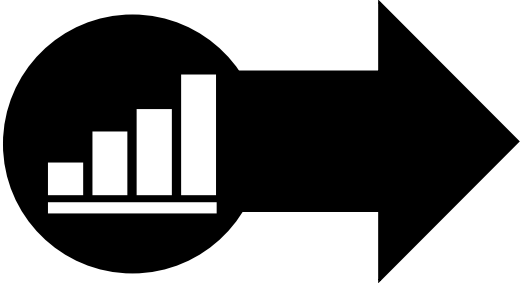




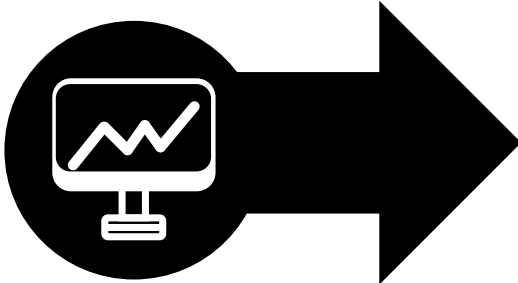


# Visual Business Intelligence

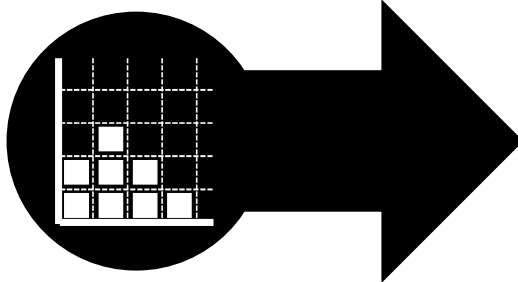
# VISUAL BUSINESS ANALYTICS MODELL



Information Design  
Visualisierung & Diagrammauswahl



Visual Business Intelligence  
Storytelling & Interaktivität



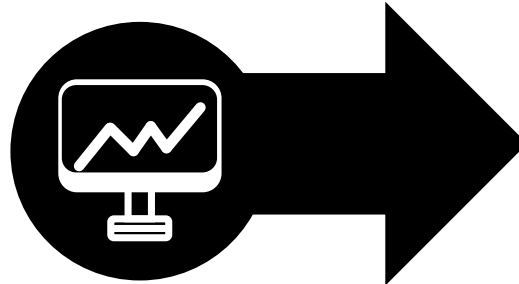
Visual Analytics  
Explorativ & fortgeschrittene  
Diagramme



# VISUAL BUSINESS ANALYTICS MODELL

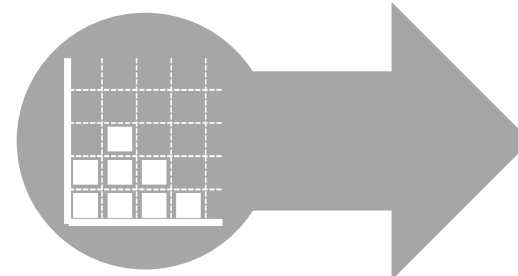


Information Design  
Visualisierung & Diagrammauswahl

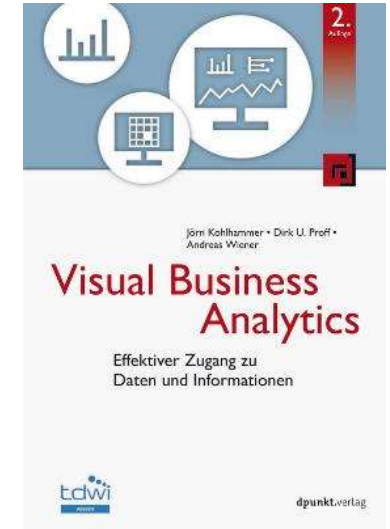


Visual Business Intelligence  
Storytelling & Interaktivität

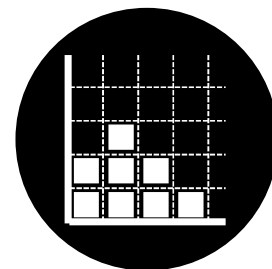
Verwendung: Dashboarding  
Daten: Strukturierte Daten  
Visualisierung: interaktiv  
Navigation: Managed Self-Service



Visual Analytics  
Explorativ & fortgeschrittene  
Diagramme



# 6 SCHRITTE ZU GUTEM DASHBOARD DESIGN



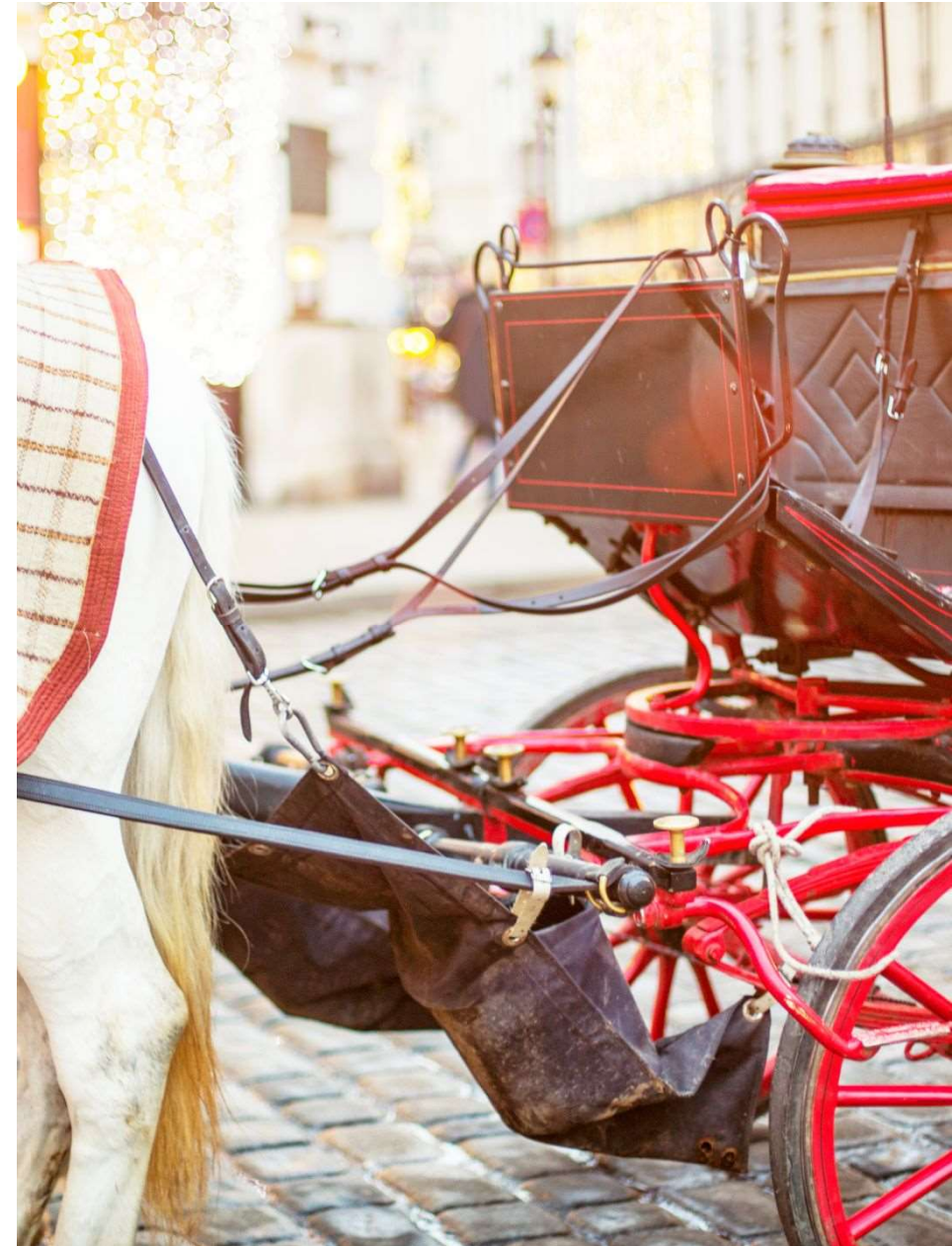


# WAS IST EIN DASHBOARD?



# DASHBOARD

- /'daʃbo:d/
- Substantiv: dashboard; Plural: dashboards
- Die dem Fahrer eines Fahrzeugs oder dem Piloten eines Flugzeugs zugewandte Tafel, die Instrumente und Bedienelemente enthält.
- Eine grafische Zusammenfassung verschiedener wichtiger Informationen, die in der Regel dazu dient, einen Überblick über ein Unternehmen zu geben.
- Eine Startseite auf einer Website, die Zugang zu verschiedenen Elementen der Website-Funktionalität bietet.
- Historisch
- Ein Brett aus Holz oder Leder vor einer Kutsche, um Schlamm fernzuhalten.





KPI Dashboard - Entdecken Sie moderne ... datapine.com



FMCG Dashboards - Die besten Beispiel... datapine.com



Logistik Dashboards - Die besten Beispiel... datapine.com



KPI Dashboard - Entdecken Sie moderne... datapine.com



Dashboard zur KPI-Übersicht - Release Notes | Micr... docs.microsoft.com



KPI Dashboard - Entdecken Sie moderne ... datapine.com



KPI Dashboard | KYUBIT Business Int... kyubit.com



What is a KPI Dashboard? | Intrafocus intrafocus.com



Management Dashboards - Die besten Beispiel... datapine.com



Plattformunabhängiges KPI-Dashboard - SPS-MAGA... sps-magazin.de



KPI Dashboard - Setlog setlog.com



KPI-Dashboard-Tool | KPI-Dashboard-Software - Zoh... zoho.com



Salesforce Dashboards - Die besten Beispiel... datapine.com



Dashboard Metrics: Your KPI Guidelines and Practice... finereport.com



What is a KPI Dashboard? | Intrafocus intrafocus.com



7 Schritte zum Erstellen eines Marketing KPI D... huskymarketingplanner.com



KPI Dashboard - Setlog setlog.com



KPI Dashboard - Setlog setlog.com



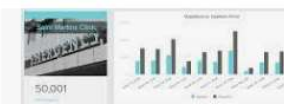
KPI Dashboard - Setlog setlog.com



KPI Dashboard - Setlog setlog.com



Die besten CFO-KPIs und Dashboards für CFOs 202... insightssoftware.com



KPI Dashboard - Setlog setlog.com



KPI Dashboard - Setlog setlog.com



KPI Dashboard - Setlog setlog.com



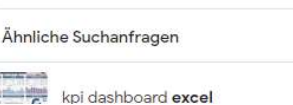
KPI Dashboard - Setlog setlog.com



KPI Dashboard - Setlog setlog.com



KPI Dashboard - Setlog setlog.com



KPI Dashboard - Setlog setlog.com

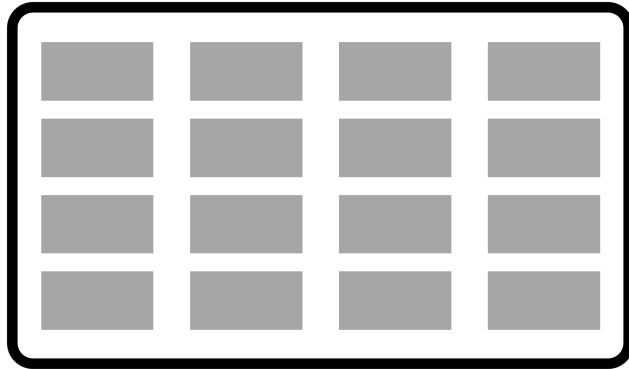
# 2

WIE FUNKTIONIERT DIE  
NAVIGATION?

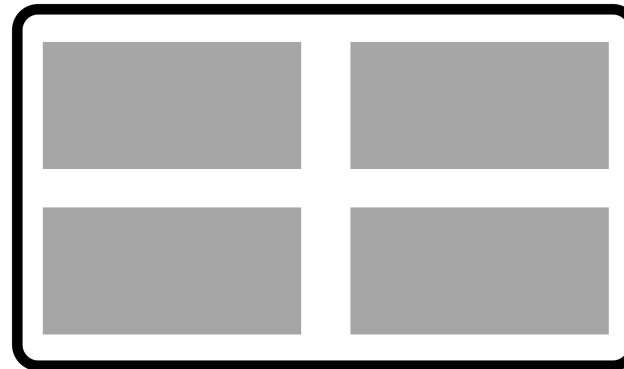


# MANTRA DER INFORMATIONSVISUALISIERUNG

Übersicht



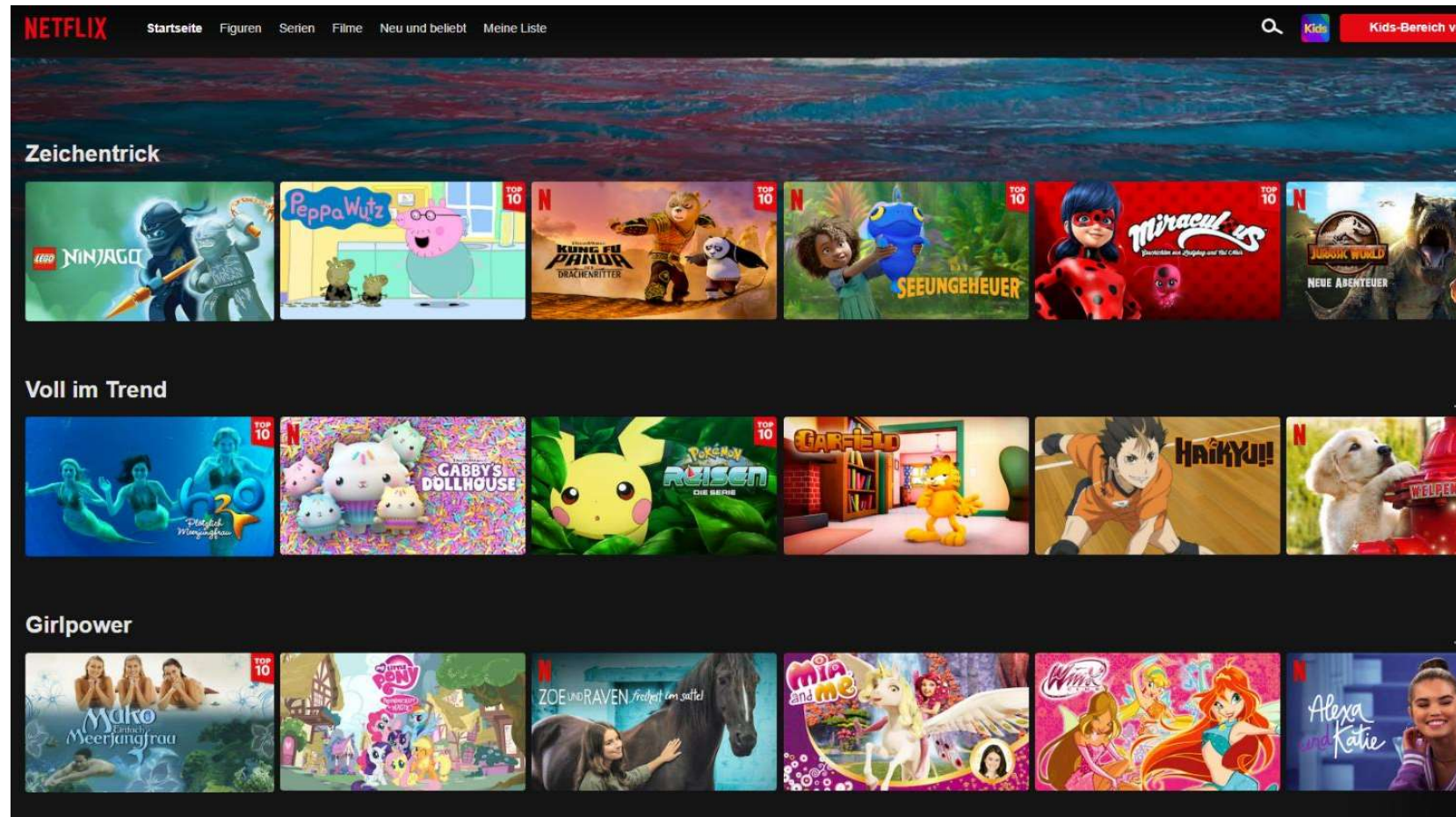
Filter & Zoom



Details auf Anfrage



# ÜBERSICHT – KACHELDESIGN



# DETAIL PAGE – FILTER UND ZOOM

The screenshot shows a detailed view of the animated series 'Kung Fu Panda: Der Drachenshuh' on a streaming platform. The central focus is a large image of the character Po the panda. To the left, there are navigation filters: 'Zeichentrick' (Animated), 'Voll im Trend' (Trending), and 'Girlpower'. The main content area includes the series title, a 'Neu 2022' badge, a '7+' age rating, and '11 Folgen' (11 episodes). A 'HD' icon is also present. Below the title, there is a 'Abspielen' (Play) button, a '+' icon for a playlist, and a share icon. A volume icon is visible on the right side of the main image. The cast list includes Jack Black, Rita Ora, and James Hong. The genres are listed as 'Für Kinder, Zeichentrickserien, Comedyserien'. A synopsis describes Po's mission with an English knight. The 'Folgen' (Episodes) section shows the first episode, 'Die Handschuh-Herausforderung', which is 24 minutes long. The background features a grid of other content recommendations, including 'LEGO NINJAGO', 'Peppo Wu', 'Jurassic World', 'Mako - Eine Meerjungfrau', 'Mikyu!', and 'Alexa Katie'.

**Zeichentrick**

**Voll im Trend**

**Girlpower**

**NSERIE**  
DREAMWORKS  
**KUNG FU PANDA**  
DER DRACHENSCHUH

**Abspielen** +

Neu 2022 7+ 11 Folgen HD

Heute die Nr. 2 im Kids-Bereich

Besetzung: Jack Black, Rita Ora, James Hong, mehr

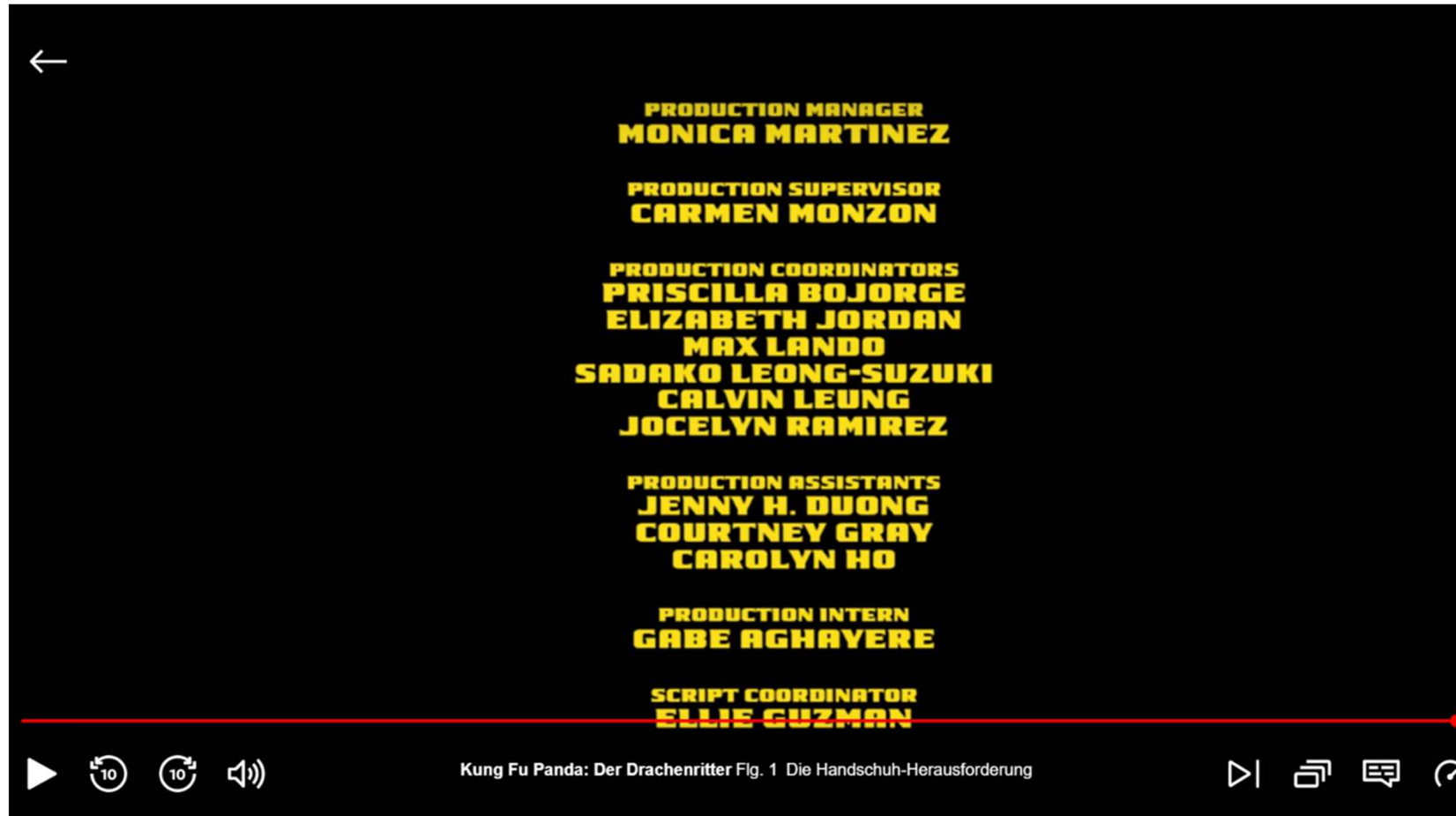
Genres: Für Kinder, Zeichentrickserien, Comedyserien

Der legendäre Krieger Po will mit einer englischen Elite-Ritterin auf einer globalen Mission nicht nur magische Waffen und seinen Ruf, sondern auch die Welt retten.

**Folgen** Kung Fu Panda: Der Drachenshuh

1 **Die Handschuh-Herausforderung** 24 Min.  
Der Diebstahl eines Handschuhs durch böse Wiesel macht Pos Beliebtheit zunichte. Doch mit der englischen Ritterdame Wandernde Klinge ließen sich die Diebe

# ZOOM PAGE – DETAILS AUF ANFRAGE



# 3

KACHELN SIND ÜBERALL!



# KACHELÜBERSICHT



# DETAILS

- enthält alle relevanten Informationen
- Basis für weitere Entscheidungen



# AUF ANFRAGE

- zusätzliche Details
- „Good to know“-Informationen

← von Wien  
nach München, Deutschland

## Wien

- > B1 bis A1 nehmen  
26 min (13,4 km)
- > A1 und A8 bis B143/B148/E552 in Oberösterreich folgen, auf A8 Ausfahrt 65-Ort im Innkreis nehmen  
2 h 12 min (237 km)
- > B148 und E552 bis A94 in Marktl, Deutschland folgen  
44 min (51,6 km)
- ↑ Weiter auf A94  
53 min (96,6 km)
- > Prinzregentenstraße bis Tal nehmen  
13 min (4,9 km)

München  
Deutschland



4

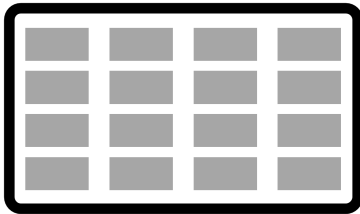
... UND IM DASHBOARD?



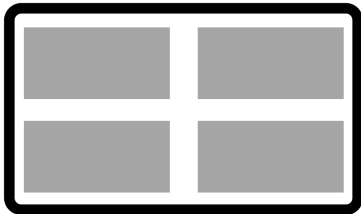
# EBENEN IM DASHBOARD

Mantra der Informationsvisualisierung

Übersicht



Filter & Zoom

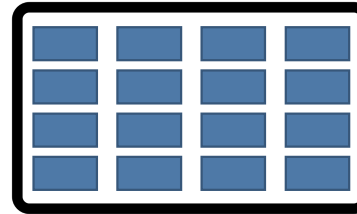


Details auf Anfrage

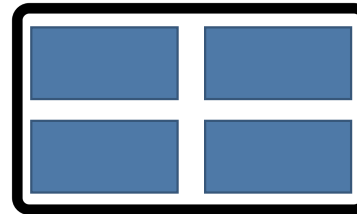


Visual Business Analytics M0odell

Landingpage



Detailpage



Zoompage



Pop-up Pages  
(optional)

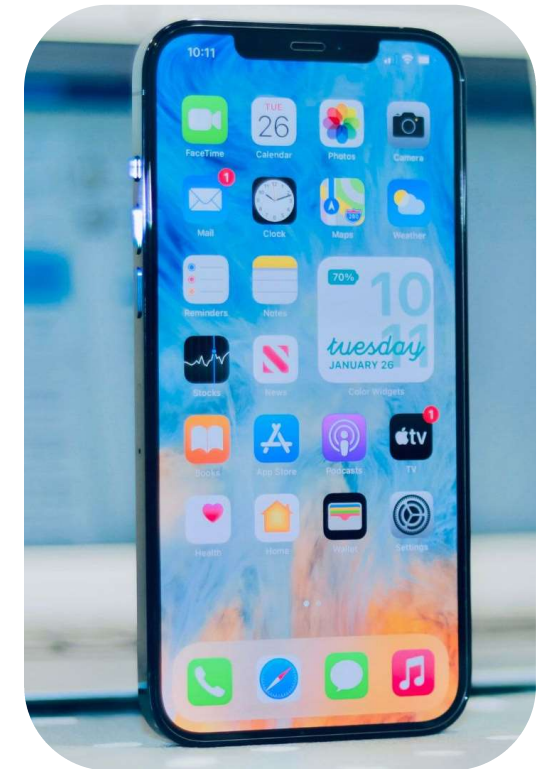


# ÜBERSICHT

Turnover Overview ΔBUD | K EUR | YTD 2021

Country	ACT	BUD	ΔBUD
Total	1.054 Tsd.	1.055 Tsd.	-0,3 Tsd.
Country 2	264 Tsd.	263 Tsd.	0,5 Tsd.
Country 5	205 Tsd.	206 Tsd.	-1,3 Tsd.
Country 7	187 Tsd.	188 Tsd.	-1,0 Tsd.
Country 8	132 Tsd.	132 Tsd.	-0,2 Tsd.
Country 17	76 Tsd.	74 Tsd.	2,0 Tsd.
Country 9	32 Tsd.	32 Tsd.	0,5 Tsd.
Country 15	24 Tsd.	24 Tsd.	-0,4 Tsd.
Country 22	23 Tsd.	23 Tsd.	-0,1 Tsd.
Country 10	22 Tsd.	22 Tsd.	-0,7 Tsd.
Country 3	20 Tsd.	20 Tsd.	-0,5 Tsd.
Country 23	19 Tsd.	18 Tsd.	0,5 Tsd.
Country 12	19 Tsd.	18 Tsd.	0,5 Tsd.
Country 19	10 Tsd.	10 Tsd.	0,2 Tsd.
Country 4	9 Tsd.	8 Tsd.	0,5 Tsd.
Country 1	6 Tsd.	6 Tsd.	0,0 Tsd.
Country 18	4 Tsd.	4 Tsd.	-0,4 Tsd.
Country 6	3 Tsd.	3 Tsd.	-0,3 Tsd.
Country 13	1 Tsd.	1 Tsd.	0,0 Tsd.
Country 20	0,1 Tsd.	0,1 Tsd.	0,0 Tsd.

REPORTING  
IMPULSE

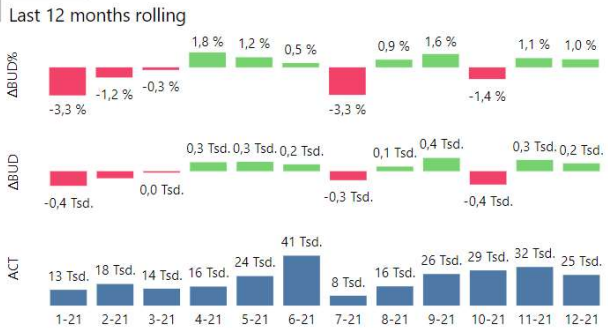
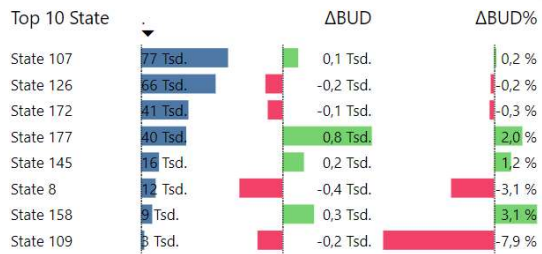


REPORTING  
IMPULSE

# DETAILS

## Country 2 Details | K EUR, % | YTD 2021

REPORTING  
IMPULSE



### Stuttgart

# 13°

Meist sonnig  
H:22° T:13°

Teilweise Bewölkung von 14:00–16:00, und Nieselregen erwartet um 16:00.

Jetzt	09 Uhr	10 Uhr	11 Uhr	12 Uhr
☀️	☀️	☀️	☀️	☀️
13°	14°	16°	18°	20°

10-TAGE-VORHERSAGE

# AUF ANFRAGE

Further Details | EUR | YTD 2021, ΔBUD

Category	Turnover by Month	Turnover	Turnover BUD	ΔBUD	Turnover FC	Turnover ΔFC
Category 2		5.445	5.728	-283	4.744	701
Subcategory 17		5.445	5.728	-283	4.744	701
Product 267		2.615	2.934	-319	2.143	472
Product 1215		946	1.058	-112	852	94
Product 1220		651	658	-7	607	44
Product 949		647	529	118	594	53
Product 259		363	304	59	320	43
Product 249		224	246	-22	229	-4
<b>Gesamt</b>		<b>5.445</b>	<b>5.728</b>	<b>-283</b>	<b>4.744</b>	<b>701</b>

REPORTING IMPULSE

Turnover

von Wien  
nach München, Deutschland

---

B1 bis A1 nehmen  
26 min (13,4 km)

A1 und A8 bis B143/B148/E552 in Oberösterreich folgen, auf A8 Ausfahrt 65-Ort im Innkreis nehmen  
2 h 12 min (237 km)

B148 und E552 bis A94 in Markt, Deutschland folgen  
44 min (51,6 km)

Weiter auf A94  
53 min (96,6 km)

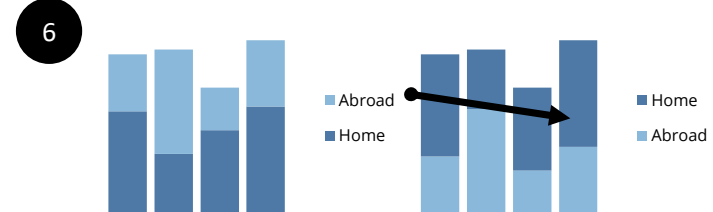
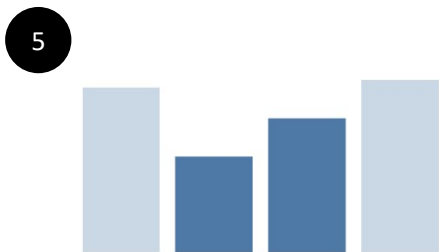
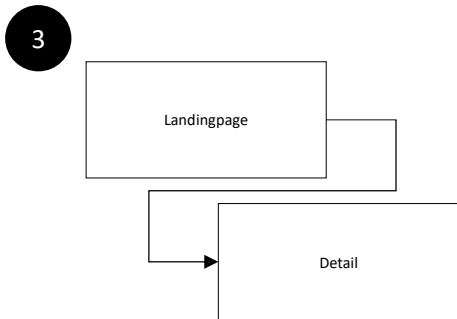
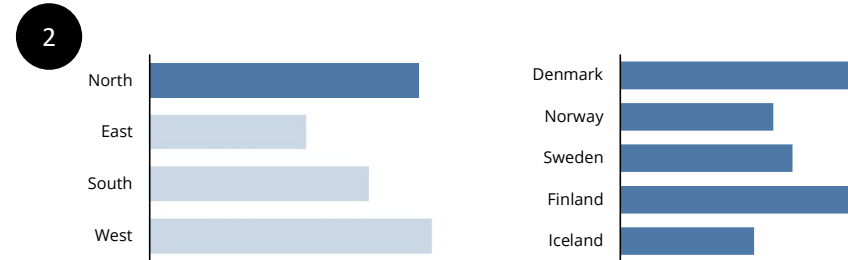
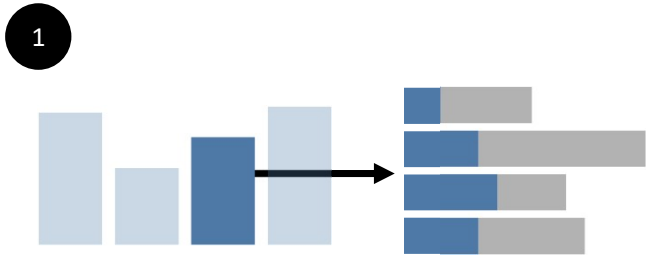
Prinzregentenstraße bis Tal nehmen  
13 min (4,9 km)

# 5

WAS PASSIERT WENN ICH HIER  
KLICKE?



# INTERAKTIONEN



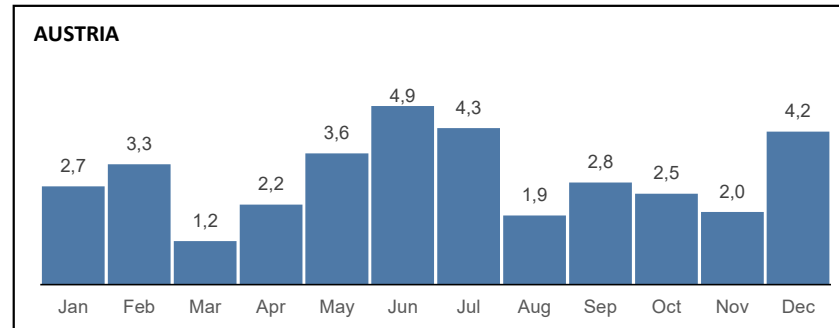
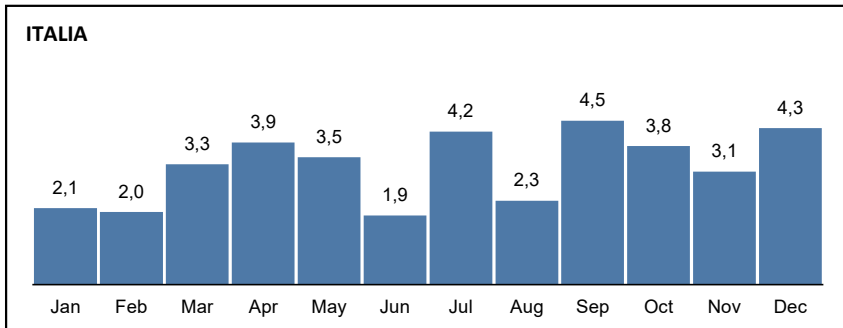
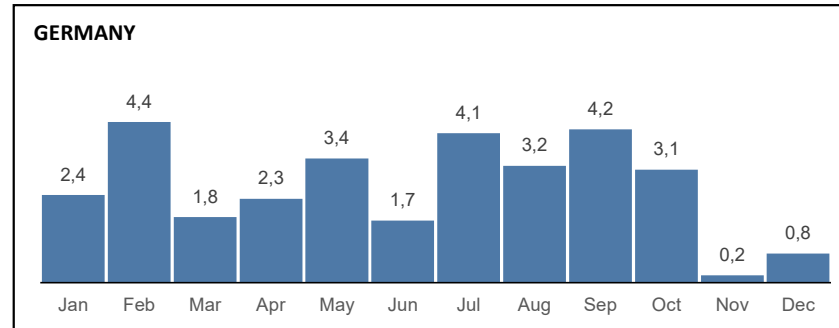
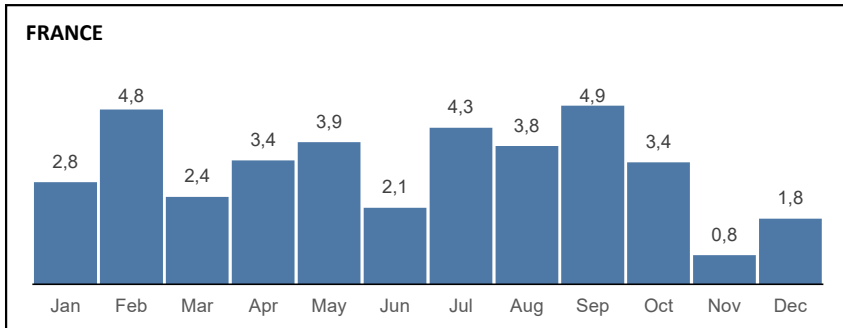
# 6

WIEVIEL IST ZU VIEL?



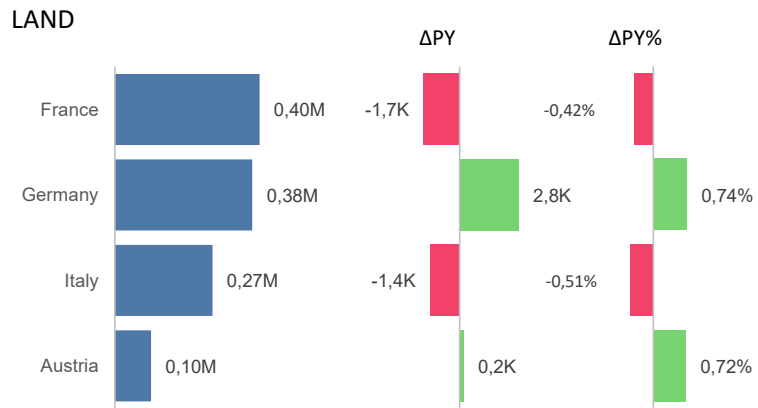
# INFORMATIONSDICHTE

Sales | TEUR, % | 2022

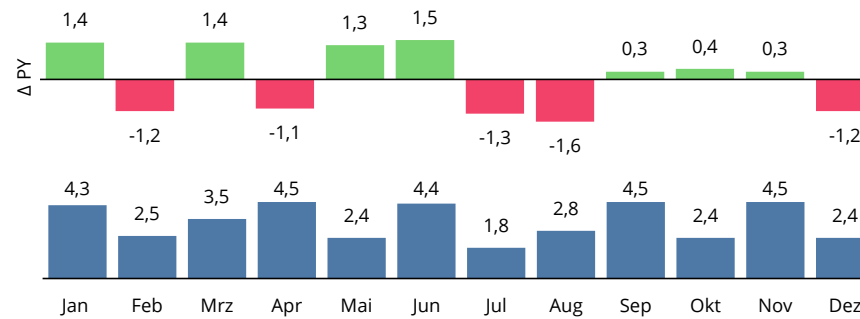


# INFORMATIONSDICHTE

Sales | TEUR, %, ΔPY | 2022



ZEITVERLAUF (rollierend)

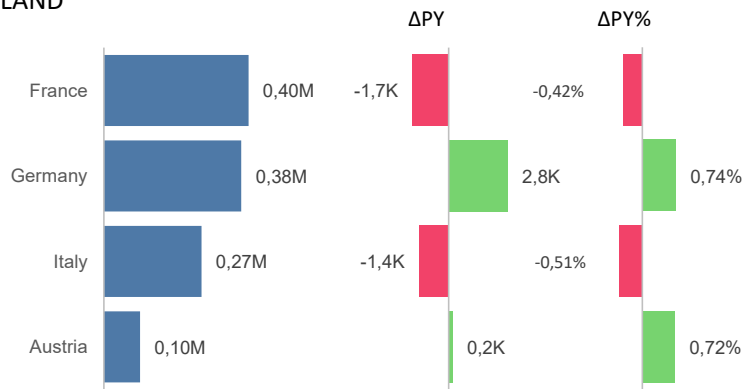


# INFORMATIONSDICHTE

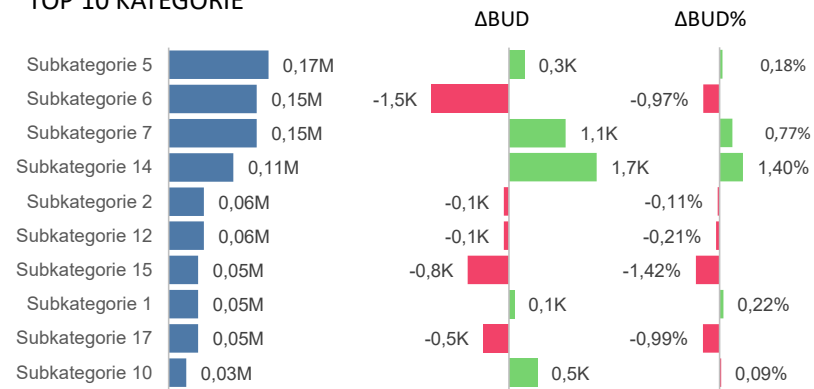
Sales | TEUR, %, ΔPY | 2022



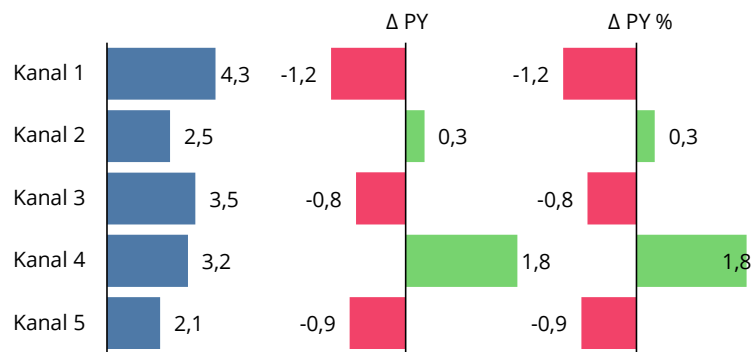
## LAND



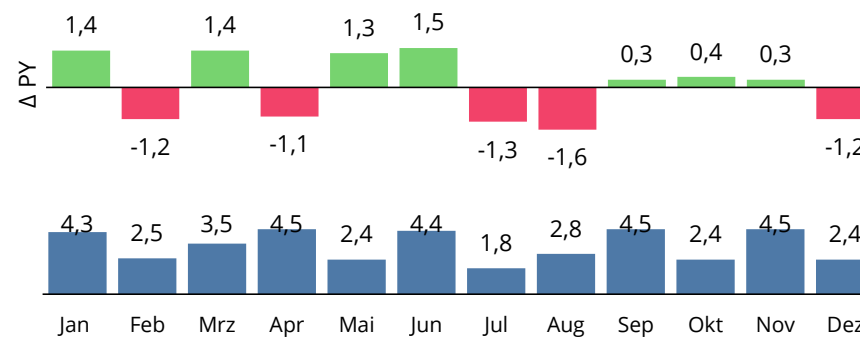
## TOP 10 KATEGORIE



## VERKAUFSKANAL



## ZEITVERLAUF (rollierend)



REPORTING IMPULSE

# NEW YORK – U-BAHN KARTE

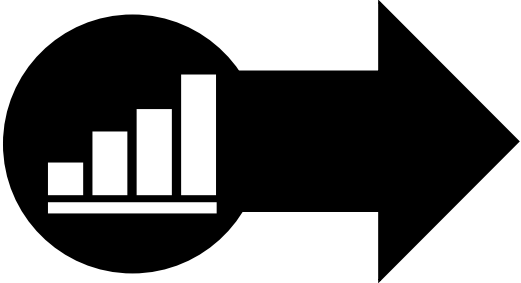




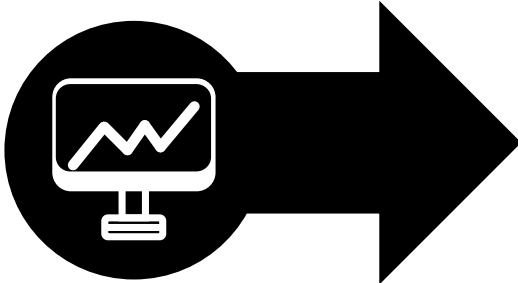


## Visual Analytics

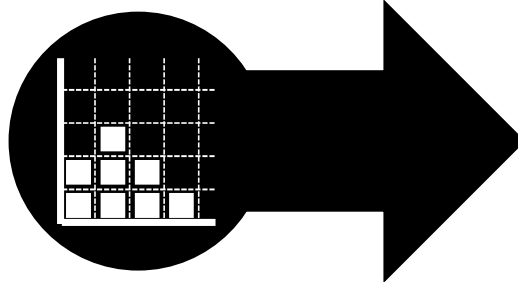
# VISUAL BUSINESS ANALYTICS MODELL



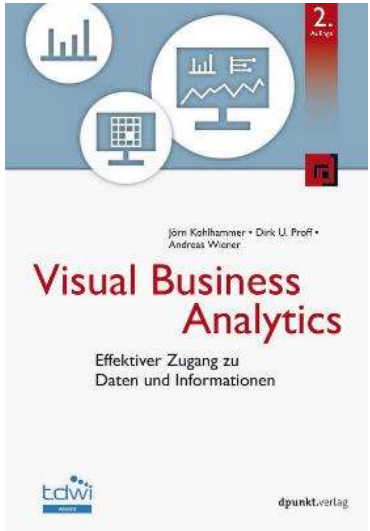
Information Design  
Visualisierung & Diagrammauswahl



Visual Business Intelligence  
Storytelling & Interaktivität



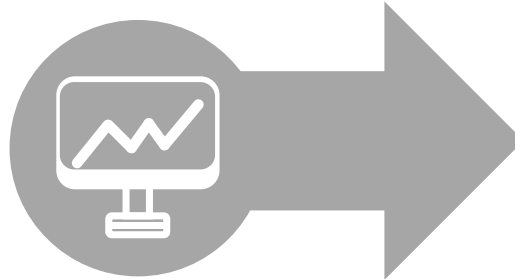
Visual Analytics  
Explorativ & fortgeschrittene  
Diagramme



# VISUAL BUSINESS ANALYTICS MODELL

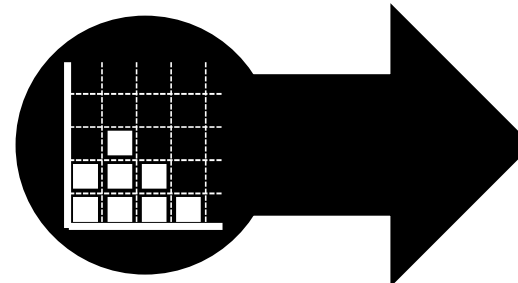


Information Design  
Visualisierung & Diagrammauswahl

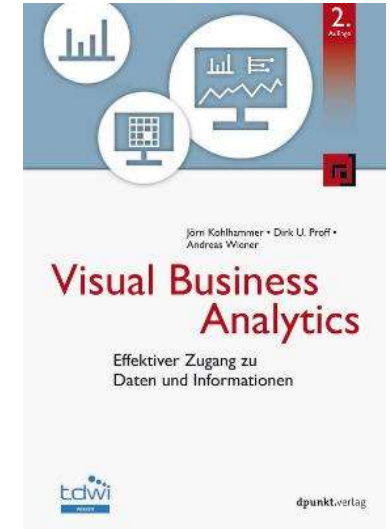


Visual Business Intelligence  
Storytelling & Interaktivität

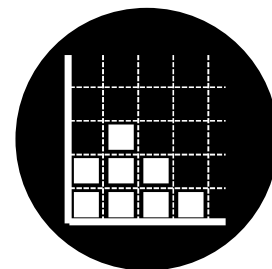
Verwendung: Advanced Analytics  
Daten: Rohdaten  
Visualisierung: explorativ  
Navigation: Self-Service



Visual Analytics  
Explorativ & fortgeschrittene  
Diagramme

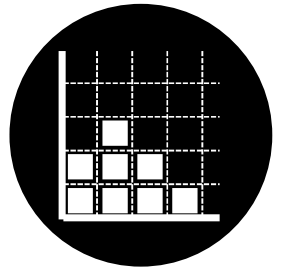


# 6 SCHRITTE ZU GUTEM ANALYTICS DESIGN

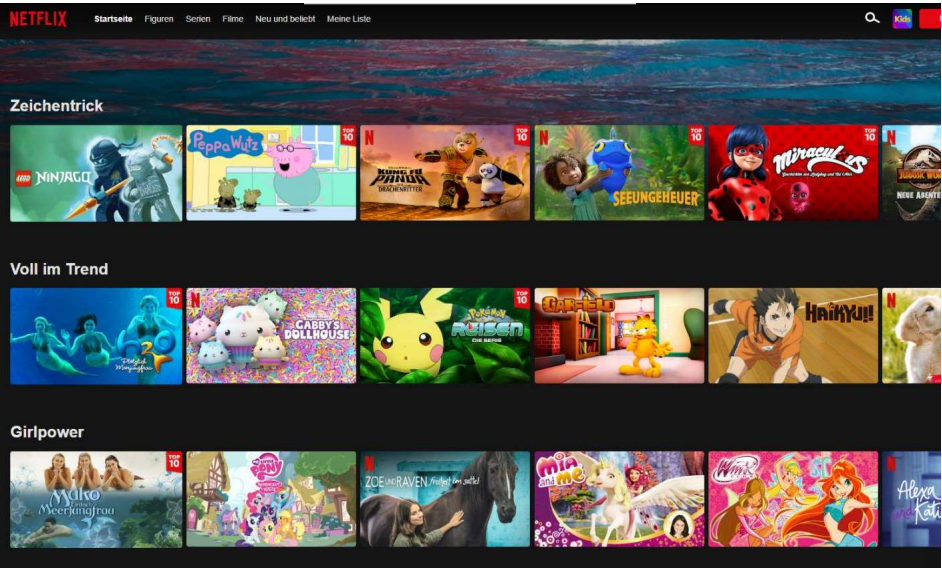
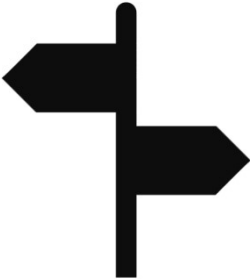




WAS IST DER UNTERSCHIED?

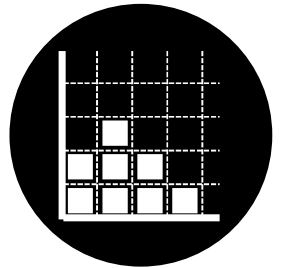


# GUIDED VS. ANALYTICS DASHBOARDS



# 2

WAS SIND ANALYTICS  
DASHBOARDS?



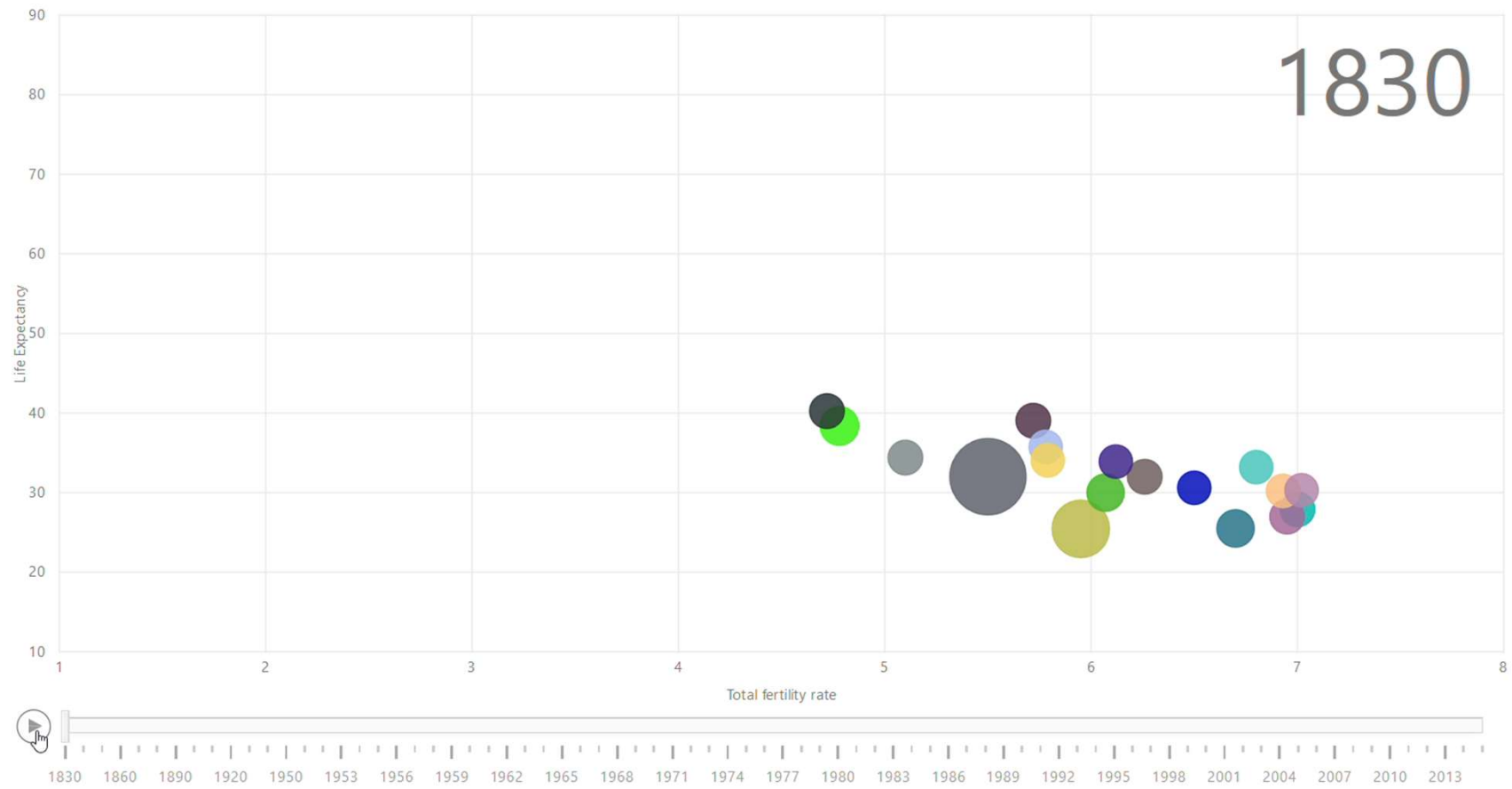
# HANS ROSLING





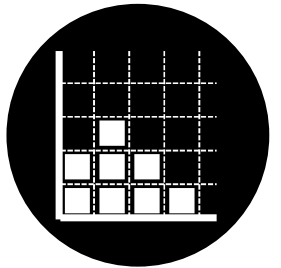
Total fertility rate, Life Expectancy and Population by Country and Year

Country ● Afghanistan ● Angola ● Argentina ● Australia ● Austria ● Bahrain ● Bangladesh ● Belgium ● Brazil ● Canada ● China ● Costa Rica ● Cuba ● Gabon ● Germany ● Honduras ● India ● Indonesia

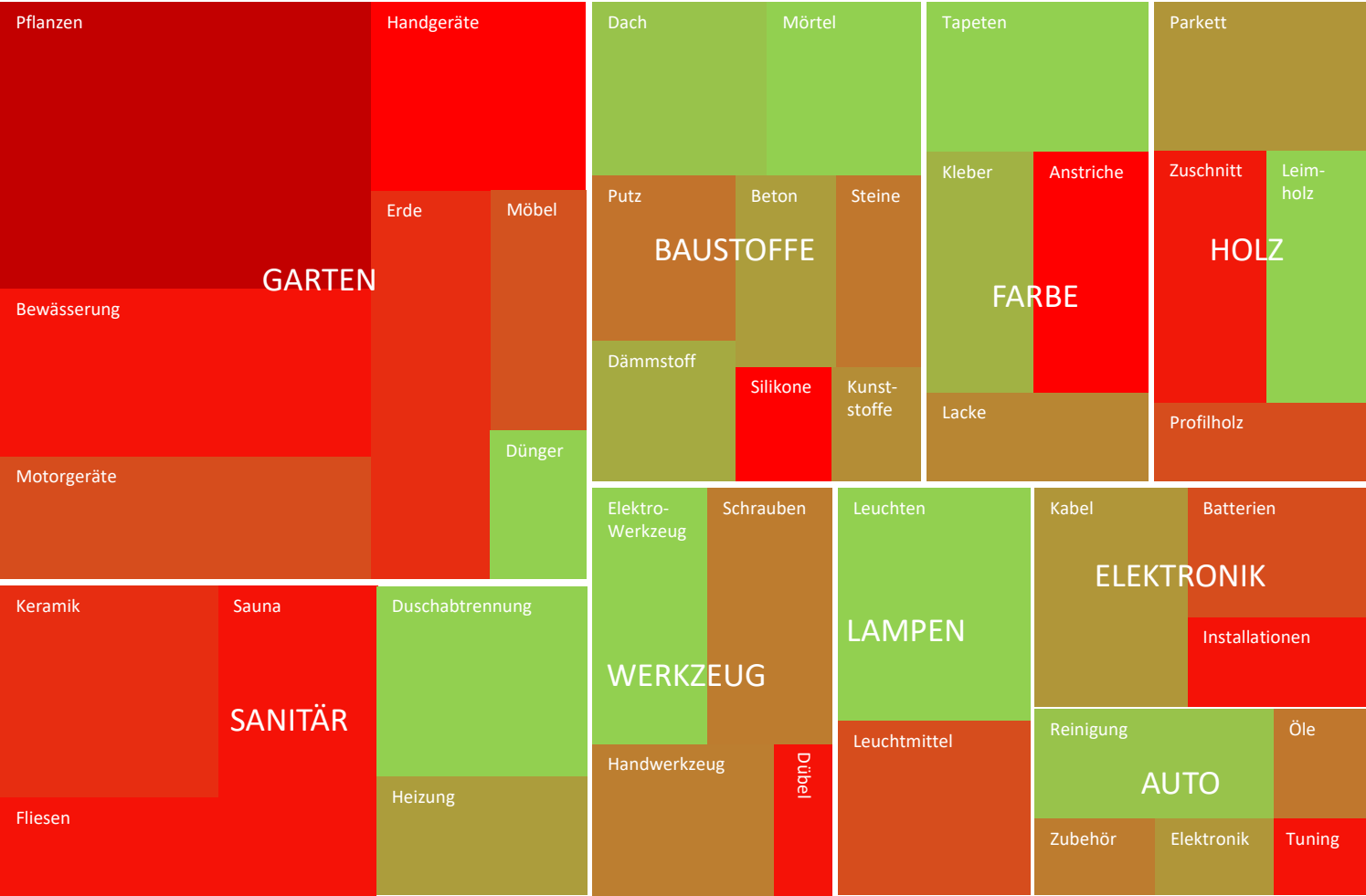


# 3

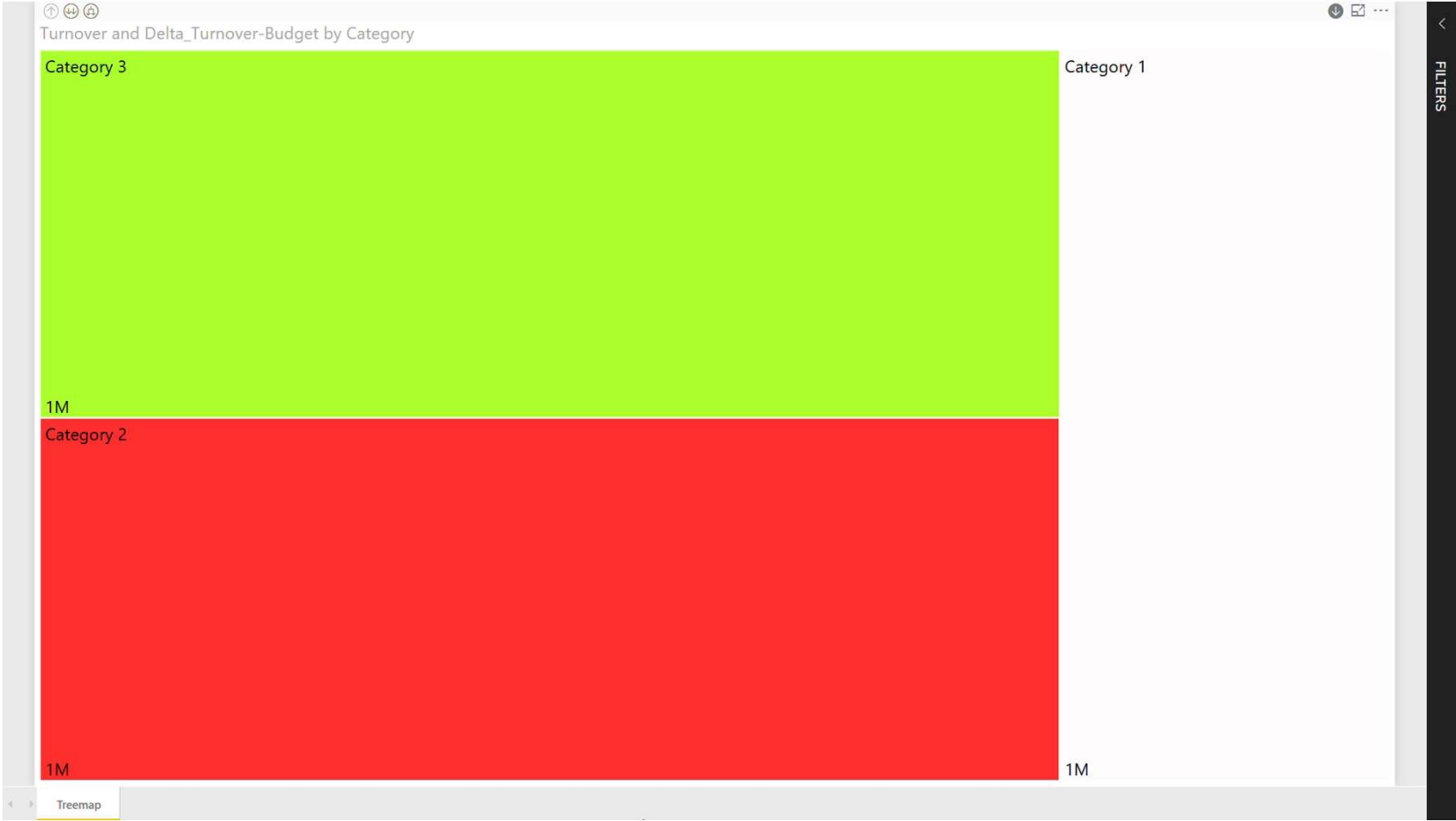
DAS GROSSE 1 MAL 1



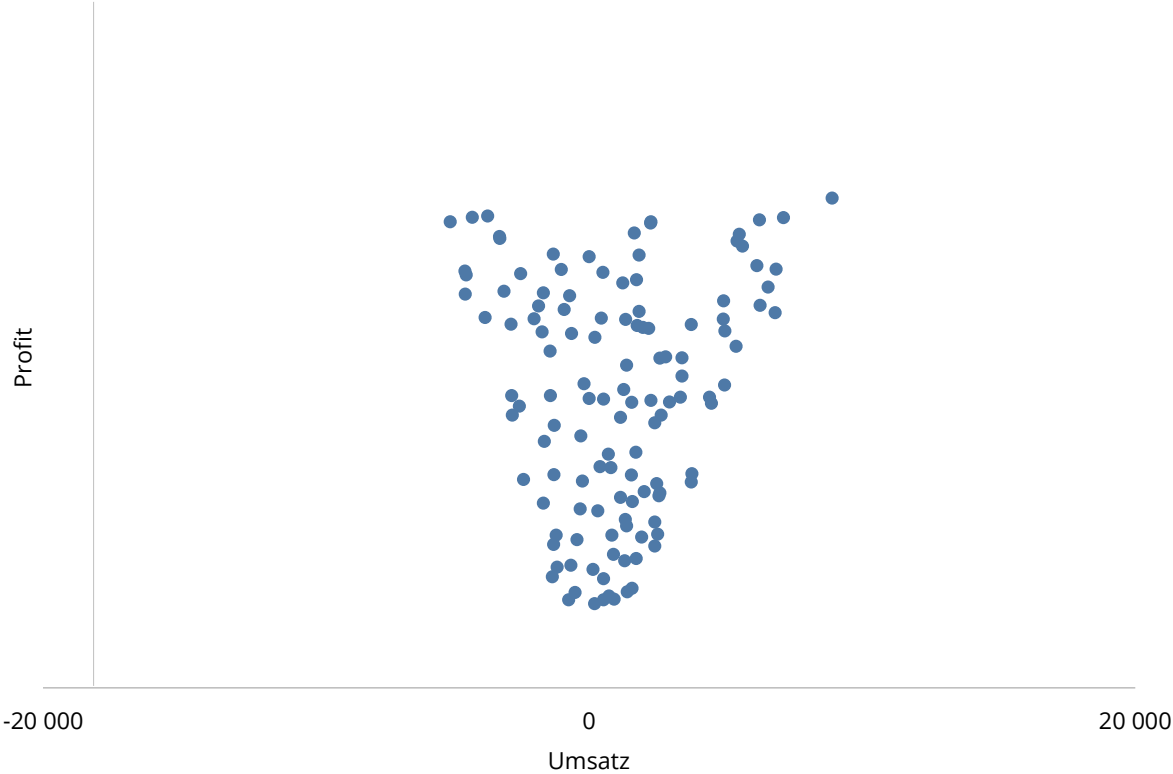
# TREEMAP



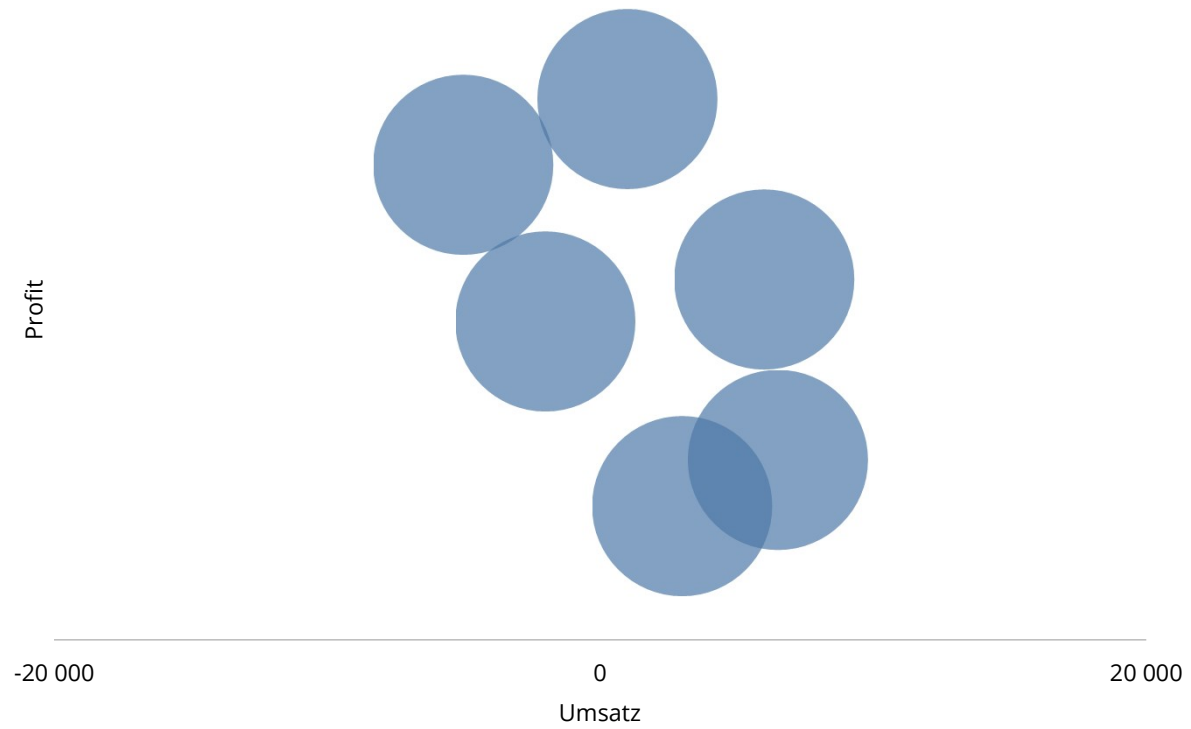
# TREEMAP



# PUNKTDIAGRAMM

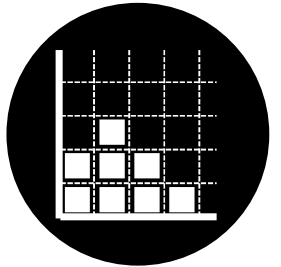


# BLASENDIAGRAMM



4

SIND LANDKARTEN  
BUSINESSRELEVANT?

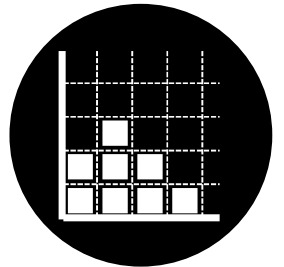


# JOHN SNOW - WASSERPUMPE



# 5

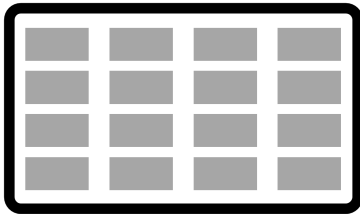
## AUFBAU VON ANALYTICS DASHBOARDS



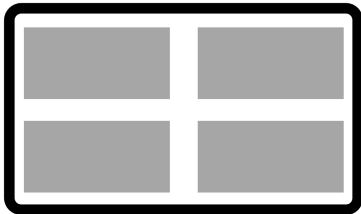
# EBENEN IM DASHBOARD

Mantra der Informationsvisualisierung

Übersicht



Filter & Zoom

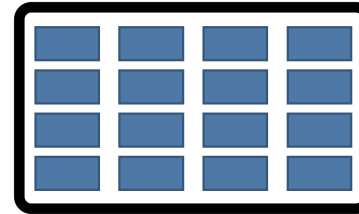


Details auf Anfrage

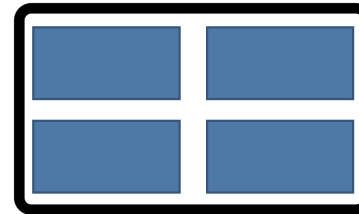


Visual Business Analytics M0odell

Landingpage



Detailpage



Zoompage



Pop-up Pages  
(optional)

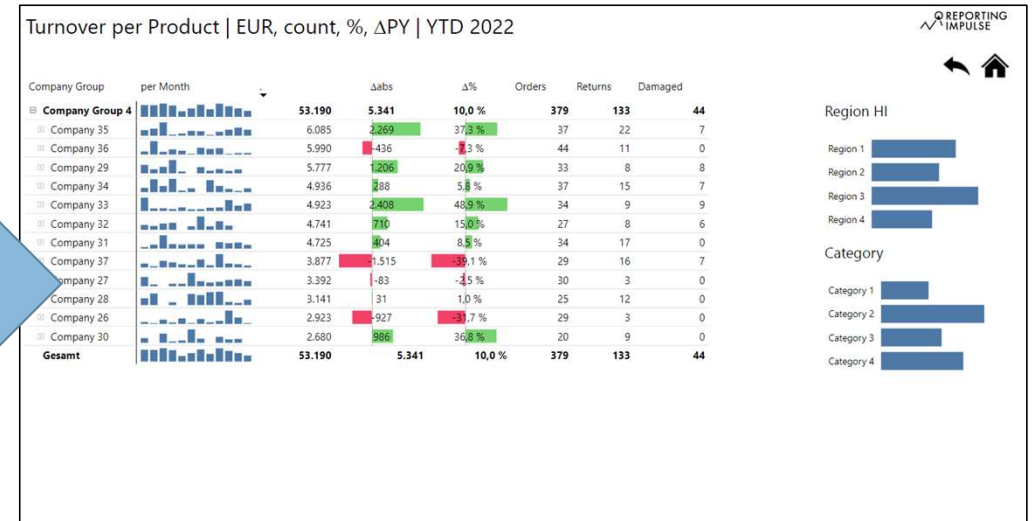
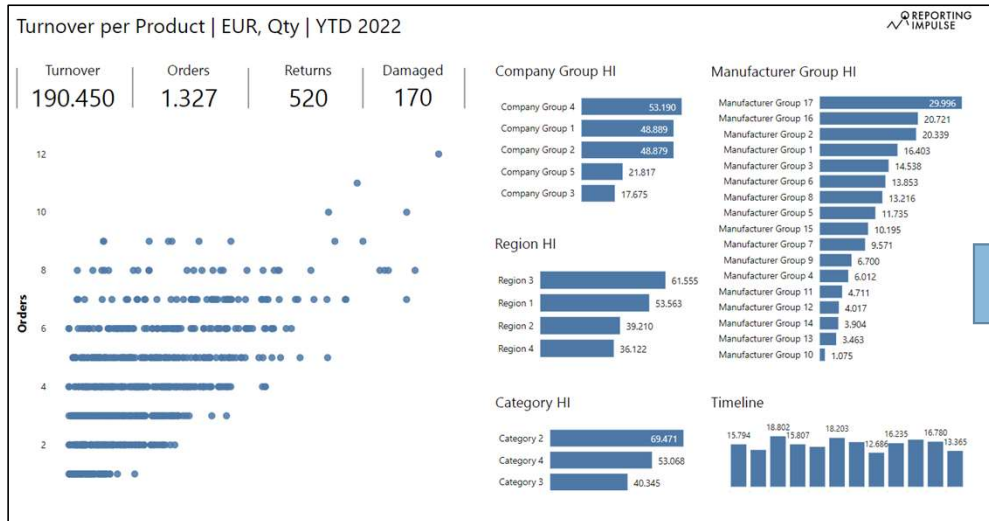


# 2 EBENEN

Landingpage

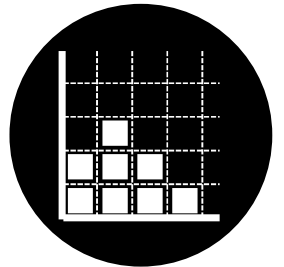


Zoompage



# 6

ANALYTICS DASHBOARDS  
SIND VIELFÄLTIG!



# ANALYTICS DASHBOARDS

