BISSANTZ

Bissantz DashBoard

Die Business-Intelligence-App,
die jeder Entscheider haben sollte

Whitepaper

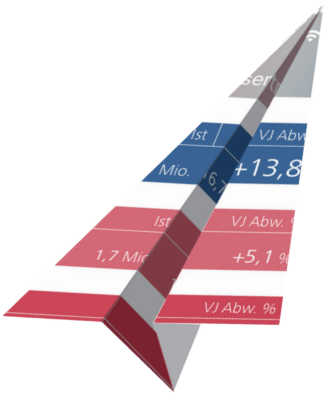
Dr. Nicolas Bissantz
BI-Pionier und Gründer von Bissantz & Company

BISSANTZ

Den Kern von Business Intelligence neu gedacht

Business Intelligence zieht um – vom Schreibtisch auf das Handy – und damit dorthin, wo es gebraucht wird. Weil Mobilität bereits in der Besprechungsecke des eigenen Büros beginnt. Weil Manager vor allem Macher und Sprecher sein müssen. Die dafür nötigen Informationen und Analysen müssen ins Jackett passen und der Umgang damit so einfach werden wie Telefonieren. Wir haben vorgemacht, wie das schon jetzt geht.

Nur vordergründig haben wir unsere erfolgreichen Business-Intelligence-Lösungen rund um DeltaMaster um eine App für Mobile BI erweitert. Dass Managementinformationssysteme mobiler werden müssen, ist nicht neu. In der fortschreitenden App-isierung des Alltags sehen wir jedoch mehr. Unternehmen müssen sich der Frage stellen, ob der übliche Management-Report nicht längst ausgedient hat. Welche Impulse erwartet man sich von einem Performance Management, das auf den Vergangenheitsdaten des letzten Monats basiert – die mitunter erst verfügbar sind, wenn auch der aktuelle Monat schon teilweise Geschichte ist? Wie oft befinden sich Firmeninhaber, Geschäftsführer oder Vorstände an ihrem Schreibtisch, wenn sie entscheiden müssen oder Zeit zum Nachdenken haben?



Unternehmerische Entscheidungen sind oft strategisch, noch öfter sehr alltäglich. Manager sind keine Frühstücksdirektoren. Sie sind Macher, Sprecher, Motivatoren. Wo sie gehen und stehen, müssen sie entscheiden, wo ein Anstoß, eine Korrektur oder ein mahnender Hinweis auf den Stand der Dinge nötig ist. Solches Agieren wird schablonenhaft und demotivierend, wenn die Führung weniger weiß, als die ausführenden Organe. Nur aktuelle und aus der Jackettasche heraus verfügbare Zahlen werden dann zum echten Business-Intelligence-Werkzeug.

Zahlen und Termine entfalten in Unternehmen nur dann ihre große Kraft auf die Organisation, wenn sie vor und während der Ergebnisentstehung verfügbar sind. Controlling im Rückspiegel der Vormonatsdaten ist wie Autofahren mit Strafzetteln. Investitionen in Datenaktualität müssen damit einhergehen mit Investitionen in mobile Datenverfügbarkeit. Aber auch damit ist es nicht getan. Ein mobiles Dashboard auf dem Handy kann nicht einfach die Kopie eines Dashboards sein, das auf dem Schreibtisch funktionieren würde.

Ebenso wenig können Analysemethoden, die unter dem Stichwort „Data Analytics" subsumiert werden und am Schreibtisch eines Stabsmitarbeiters sinnvoll sind, der wiederum zum „Data Scientist" mutiert ist, das Vorbild für managementtaugliche „Mobile Analytics" sein. Für unsere Business-Intelligence-App haben wir jenseits dieser wohlklingenden, aber bei näherem Hinsehen hohlen Schlagworte lange und gründlich über das nachgedacht, was den Kern von robustem Business Intelligence ausmacht.

BISSANTZ

Gewischt, gedacht, verstanden

Ein Interview mit unserem Gründer und geschäftsführenden Gesellschafter, Dr. Nicolas Bissantz, wirft einen Blick auf die Gedankengänge, die der Entwicklung unseres DashBoards zugrunde liegen.

Der persönliche Computer des Managers ist ein Telefon.

Murat Suner (MS): Ich war bei der ersten öffentlichen Vorstellung des DashBoards in Berlin dabei. Die Reaktionen des Publikums waren euphorisch. Öfter fiel das Wort „Quantensprung". Ihr nennt das neue Produkt „App", aber du betonst, dass Apps nicht einfach neben den bisherigen Anwendungen für Business Intelligence stehen. Von dir stammt auch der Satz „Der persönliche Computer des Managers ist ein Telefon".

Nicolas Bissantz (NB): Seit langem sollen Computer „persönlich" sein. Der PC löste dieses Versprechen nie vollständig ein. Das Betriebssystem startet noch immer langsam, macht sich mit Wartungsmeldungen wichtig, nervt mit unerbetenen Nachrichten aus der Boulevardpresse und verwirrt mit funktionalem Überfluss. iPad und iPhone taten all das nicht und das iPhone ist ein Computer, der „zufällig" auch telefonieren kann.

Apps sind die besseren Programme.

MS: Du meinst, der Desktop-Computer ist für Business Intelligence bald Geschichte und Apps sind auch sonst die besseren Programme?

NB: Das iPhone und seine Nachahmer sind zum persönlichen Computer für den Alltag geworden. Die Welt hat sich „app-isiert", weil Apps nicht nur anders heißen, sondern auch anders sind als Programme für den Desktop. Auf kleinen Bildschirmen müssen Programme auf das Wesentliche beschränkt sein. Für technische Egomanie ist wenig Platz. Der knappe Raum macht bescheiden.

Programme schrumpfen macht noch keine Apps.

MS: Im Business Intelligence hört man ja schon länger den Ruf nach Mobile BI. Man will Mobile Dashboards und Mobile Analytics. Worin siehst du die bisher unbewältigte Herausforderung?

NB: Für die erfolgreiche App-isierung des Business Intelligence gelten viel strengere Regeln als zum Beispiel dafür, ein Taxi zu bestellen. Zahlen zu verstehen kostet besonders viel knappe Aufmerksamkeit und ist anstrengender, als man sich das üblicherweise eingesteht. Mobilen Anwendungen fehlt es an Ergonomie, wenn sie nur Schrumpfversionen ihrer großen Schwestern vom Desktop sind. Business Intelligence mit dem Daumen ist neu und anders.

Auge und Daumen mögen es senkrecht.

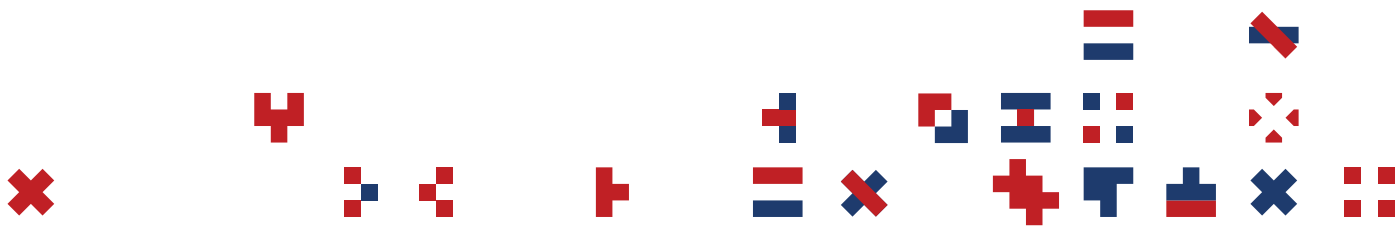
MS: Das Handy hat offensichtlich den kleineren Bildschirm – wobei die verfügbare Auflösung ja atemberaubend zunimmt. Was ist der wichtigste Unterschied zwischen dem Bildschirm in der Hand und auf dem Schreibtisch?

NB: Ein iPhone bedient man am liebsten nur mit dem Daumen und vertikal. Desktop-Anwendungen bedient man horizontal und die Bildschirme für den Schreibtisch werden immer noch breiter. Tabellen und Grafiken, die man auf und für den Desktop gemacht hat, werden ungern kleiner, lassen sich nicht umbrechen oder in ein anderes Seitenverhältnis bringen. Das verlangt neue Formate.

Mobil beginnt 1 Meter vom Schreibtisch entfernt.

MS: Ist Business Intelligence auch mobil oder nur noch mobil für dich vorstellbar?

NB: Business Intelligence ist kein Bildschirmarbeitsplatz. Manager sind nicht nur auf Reisen mobil. Business Intelligence „to go" brauchen sie schon in der Besprechungsecke des eigenen Büros und erst recht im Konferenzraum. Wenn alle, die mitentscheiden, die gleichen Information haben sollen, dann muss Business Intelligence immer und überall die Entfernung vom eigenen Schreibtisch aushalten.



Gewischt, gedacht, verstanden.

MS: Mit eurer Fokussierung von Business Intelligence als App rückt gleichzeitig die Fingerbedienung in den Fokus. Ist Business Intelligence mit dem Daumen das smartere Business Intelligence?

NB: Business Intelligence bedeutet, immer die richtige Zahl zur Hand zu haben. Man will mit Zahlen nicht jonglieren, sondern hantieren. In der Handhabung lassen Finger- und Daumenbedienung die Maus inzwischen alt und grau aussehen. Unsere Fragen waren daher: Wie wäre es, mit Wischgesten von Zahl zu Zahl zu finden? In eben der Folge, die einen kaufmännisch folgerichtigen Gedankengang ausmacht?

Gut für Daumen und Kopf.

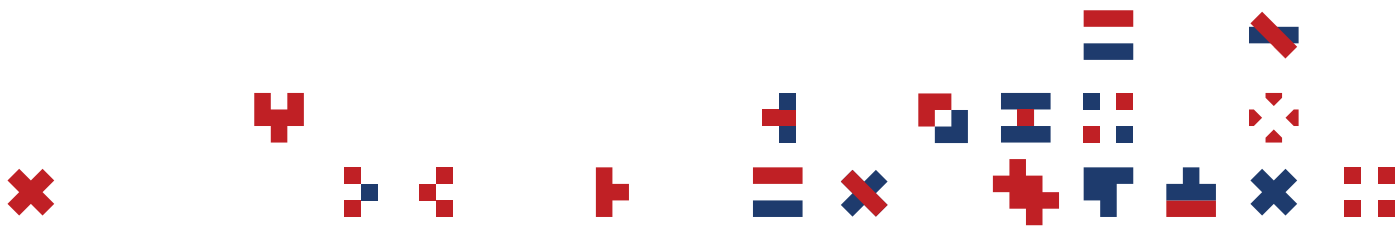
MS: Dass dann weniger Zahlen gleichzeitig auf dem kleineren Bildschirm präsentiert werden, ist dann sogar ein Vorteil?

NB: Zahlen gehen uns nur Zahl für Zahl durch den Kopf und das nur mühsam. Gleichzeitig passen sowieso höchstens drei bis vier hinein. Sagt die Wissenschaft. Darum strengt Kopfrechnen so an. Der Daumen ist der richtige Finger, um Bedienung mit Denken zu verbinden. Das wusste schon Steve Jobs und hat Computer klein und mit Fingerbedienung menschlich gemacht.

Dashboards machen Äpfel mit Birnen vergleichbar.

MS: Eure neue Business-Intelligence-App fußt auf einem durchgängigen Konzept mit festen Bausteinen und einem gleichbleibenden Einstieg. Es geht zum Beispiel immer mit einem mobilen Dashboard los. Wie kommt es, dass man das so streng festlegen kann?

NB: Business Intelligence heißt, das ganze Unternehmen im Blick zu behalten. Umsätze, Lieferfähigkeit, Auslastung, Abonnenten, Neukunden, Fehlerquoten oder Facebook-Follower – all das muss so in Zahlen ausgedrückt werden, dass immer klar ist, wo Eingriffe, Korrekturen, ein Schubs oder Anstoß nötig sind. Das muss ein Dashboard leisten und es muss am Anfang von Business Intelligence stehen.



KPI first, but few.

MS: Das kleinere Format bedeutet auch, dass man nicht beliebig viele Kennzahlen auf dem Dashboard sieht. Ist das ein Nachteil oder sogar Vorteil?

NB: Kaufleute haben es leichter als man gemeinhin denkt: Sie wissen, wovon sie mehr und wovon sie weniger wollen, und können das in Zahlen ausdrücken. Der Mensch kann sich sehr gut selbst steuern, wenn er weiß, wo er hinwill und hinsoll. Deswegen gibt es für kluge Kaufleute immer nur wenige Schlüsselindikatoren. Die aber beobachtet man genau, am liebsten täglich, und signalisiert bitte allen, die es angehen muss, unübersehbar, wie es um diesen KPI steht.

Keine Nachricht ohne Bewertung.

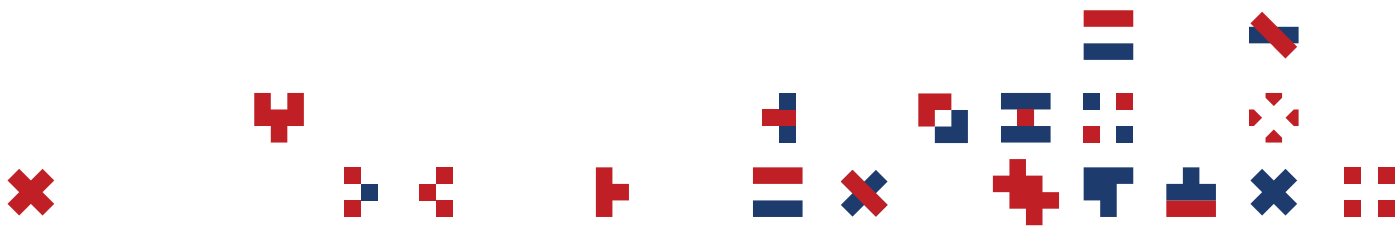
MS: Euer Konzept sieht vor, die ausgewählten KPI im mobilen Dashboard immer absolut und prozentual auszudrücken. Was ist der Grund für diese strenge Dualität?

NB: Prozentwerte sind magisch: Sie machen alles und jedes vergleichbar. Absolute Werte stellen eine Rangfolge von Ergebnisobjekten derselben Kategorie her. Aber wie stellt man die Neukundenakquise und die Leistung des Supports im selben Dashboard dar? Das macht man mit Prozentwerten, die eine relative Veränderung gegenüber einem Plan-, Vorjahres- oder Planwert spiegeln.

Zwei Farben reichen für eindeutige Signale.

MS: In eurer Business-Intelligence-Software DeltaMaster und sogar in eurer CI setzt ihr auf eine Begrenzung auf zwei Farben, Rot und Blau. Das ist auch wieder ein elementarer Baustein des DashBoards. Ihr haltet damit daran fest, dass man kein Gelb braucht?

NB: Das Farbkonzept der sogenannten Ampelsignale ist überholt. Rot, Gelb, Grün sind keine natürliche Folge. Das Vielleicht des Gelb ist Kaufleuten zu unbestimmt. Intensitäten von Rot und Blau ordnen und reihen eindeutig und klar, wovon ein Kaufmann mehr und wovon er weniger haben will. Dafür braucht es weder eine Parametrierung noch Schwellenwerte.



Bissantz'Numbers statt Grafik.

MS: Das DashBoard kann man auch als Materialisierung deiner wachsenden Vorbehalte gegen Diagramme deuten. Braucht Business Intelligence keine Diagramme mehr?

NB: Business Intelligence soll Zahlen zu Handlungssignalen machen. Die grafische Codierung von Zahlen in Diagrammen ist dafür ein unzuverlässiger Umweg. Die typografische Skalierung der Bissantz'Numbers erfüllt die Hauptaufgabe grafischer Elemente hingegen zuverlässig und einfach. Sie lenkt das Auge in der Reihenfolge, in der Werte wahrgenommen und gelesen werden sollen.

MS: Die typografische Skalierung von Zahlen ersetzt alle Typen von Diagrammen, die Controller zum Beispiel aus Microsoft Excel gewohnt sind? Du hast dich doch lange mit den Regeln guter Visualisierung auseinandergesetzt.

NB: Für ein betriebswirtschaftlich sauberes, handlungsorientiertes Reporting braucht es in der Tat viel weniger an Visualisierung. Das ist keine Drohung, sondern eine überfällige Erleichterung. Weil du gerade von Excel sprichst: Da würden in einem Säulendiagramm den Umsätzen von Landesgesellschaften, die wertmäßig eng zusammenliegen, immer noch die Füße abgeschnitten und die ganze Darstellung wäre verzerrt. Ich habe es aufgegeben, auf die Vermittelbarkeit grafischer Integrität zu hoffen. Unser Business Intelligence macht es automatisch richtig, weil wir die Freiheitsgrade für Blödsinn an der richtigen Stelle verringern.

Ursachenanalyse entlang weniger Handlungsdimensionen.

MS: Für die Reportingprozesse, die der Anwendung der App vorausgehen, ratet ihr nicht nur zur Beschränkung auf wenige, starke KPI, sondern auch auf wenige Dimensionen, die dann der eingebauten Abweichungsanalyse zugrunde liegen. Brauchst es nicht mehr Dimensionen?

NB: Kern von erfolgreichem Business Intelligence ist das Monitoring und die Ursachenanalyse von Abweichungen. Sie sind entlang der und nur der Dimensionen aufzugliedern, an die sich Handlungen binden lassen. Diesen Vorgang gilt es so intuitiv wie möglich zu unterstützen. Unsere Verfahren dafür sind prämiert und patentiert und bei vielen namhaften Unternehmen im Einsatz.

MS: Das bedeutet, mehr Analyse braucht der Mensch nicht? In DeltaMaster bietet Ihr ein breites Spektrum an – ABC-Analysen, Portfolio-Analysen, Zeitreihenanalysen, ..., im DashBoard nicht.

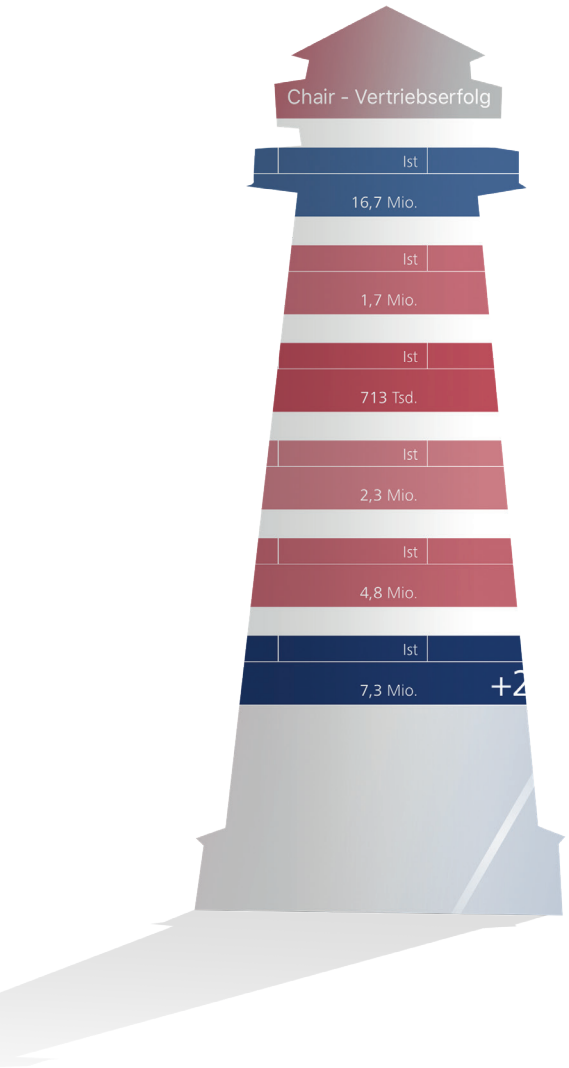
NB: Für wirksames Business Intelligence müssen wir eine scharfe Trennlinie ziehen zwischen systematischen, rhythmischen und verbindlichen Reportingprozessen sowie Sonderauswertungen oder Ad-hoc-Analysen. Natürlich ist die App „ad hoc" und analytisch im Rahmen der täglichen und unternehmerischen Entscheidungen des Managements, die helfen sollen zu erreichen, was geplant war. In der Softwareindustrie ist man oft stolz auf ein „Mehr an Features und Funktionen", wir sind stolz, für mobiles BI das Wesentliche herausgearbeitet zu haben.

MS: Du sprichst Planung an. Inwiefern ist Planung Bestandteil des DashBoard-Konzeptes?

NB: Wer Planwerte hat, wird die Abweichung davon für die Bewertungsdarstellung im DashBoard heranziehen – ansonsten tun es oft auch Vorperioden- oder Vorjahreswerte. Insofern ist gute Planung immer Bestandteil eines wirksamen Reportingprozesses im Business Intelligence. Die Planung selbst sehe ich primär noch als Tätigkeit am Schreibtisch und wird mit DeltaMaster erledigt.

BISSANTZ

DashBoard – die App, die jeder Entscheider haben sollte



Das DashBoard wurde entwickelt für die besonderen Anforderungen des mobilen Reporting. Der Grundgedanke dabei war: Was nicht auf den Bildschirm eines Smartphones passt, geht im Management-Alltag kaum noch durch das Nadelöhr knapper Aufmerksamkeit. Deswegen verbindet das DashBoard Datennavigation, Abweichungsanalyse und Performance Management in der denkbar kompaktesten Form. Ein besonderes Augenmerk haben wir bei der Entwicklung auf die Datennavigation gelegt: Ein Smartphone bedient man am liebsten nur mit dem Daumen und vertikal. Daher sind im DashBoard alle Bedienfolgen so organisiert, dass mit einer Daumenbewegung immer jeweils die Zahlen in den Blick rücken, die einer kaufmännisch sinnvollen Herangehensweise entsprechen. Es braucht dadurch nur wenige Blicke und Wischgesten, um zu verstehen, wo gehandelt werden muss. Das Konzept, nach dem das DashBoard entwickelt worden ist, bezeichnen wir als „Haptic Reasoning" und haben es patentiert.

Für das Verständnis der Zahlen sorgen die ebenfalls patentierten Bissantz'Numbers, die Zwei-Farb-Logik und KI-Heuristiken für die Abweichungsanalyse, die bisher nur in DeltaMaster verfügbar waren. Business Intelligence soll Zahlen zu Handlungssignalen machen. Die grafische Codierung von Zahlen in Diagrammen ist dafür ein unzuverlässiger Umweg. Die typografische Skalierung der Bissantz'Numbers erfüllt die Hauptaufgabe grafischer Elemente hingegen zuverlässig und einfach. Sie lenkt das Auge in der Reihenfolge, in der Werte wahrgenommen und gelesen werden sollen.

Daten für das DashBoard können Sie mit einem speziellen Berichtstyp von DeltaMaster bereitstellen: den mobilen Berichten. Damit legen Sie fest, welche KPI Sie mit der App im Blick behalten wollen, auf welche Abweichungen es ankommt, zum Beispiel vom Plan oder zum Vorjahr, und in welchen Handlungsdimensionen das Navigieren möglich sein soll, zum Beispiel Kundengruppen, Artikelgruppen oder die Vertriebsorganisation. Die mobilen Berichte exportieren Sie und senden sie ans Smartphone, am einfachsten: per E-Mail. Mit dem DeltaMaster Publisher geht das auch automatisch und für viele Empfänger, mit individuell angepassten Datenausschnitten.

BISSANTZ

Legen Sie los mit dem „Haptic Reasoning“!

Überzeugen Sie sich selbst von der Einfachheit und Wirksamkeit des DashBoards! Mit wenigen Schritten können Sie die App selbst testen:

1. Installieren Sie das DashBoard auf Ihrem iOS- oder Android-Smartphone:

App Store von Apple
itunes.apple.com

Play Store von Google
play.google.com

2. Registrieren Sie sich auf unserer Website und wir senden Ihnen einen persönlichen Zugang zu unserem geschützten Datenserver. Darüber können Sie sich beliebige Kennzahlen und Strukturen auf Ihr Smartphone liefern lassen: www.bissantz.de/dashboard-testen

3. Wenn Sie bereits DeltaMaster nutzen, können Sie einen mobilen Bericht erstellen, den Sie per E-Mail für das DashBoard bereitstellen. Wie das geht, zeigen wir Ihnen in dem Webinar zum DashBoard.
Die nächsten Termine finden Sie auf unserer Webinarübersicht: www.bissantz.de/webinare-aktuell

Wenn Sie Fragen haben, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.
Wir wünschen viel Spaß und viel Erfolg mit dem DashBoard!

Stand: Juni 2020

Bissantz & Company GmbH
Nordring 98
90409 Nürnberg
T +49 911 935536 - 0
service@bissantz.de
www.bissantz.de