



Aus dem Workshop in die Praxis: Sketchnotes zum Kamingsgespräch von Barbara Reißland

Bilder sind schneller als 1000 Worte

5. DGI-Praxistage: Informationsvisualisierung – Hype oder Trend? Potenziale für Information Professionals

Elgin Helen Jakisch

Die DGI-Praxistage fanden am 12. und 13. November 2015 zum 5. Mal in Folge in Frankfurt am Main statt – diesmal mit dem Schwerpunkt Informationsvisualisierung. Infografiken sehen oft einfach aus. Ihre Botschaft erschließt sich unmittelbar. Der Charme digitaler Anwendungen besteht zudem darin, interaktiv von der Grafik in die Datenquelle dahinter hineinzuzoomen zu können. Die DGI-Praxistage erkundeten anhand aktueller Beispiele und Methoden, wie man aus Daten Bilder erschaffen kann. Das Programm aus Workshops, Diskussionen und Vorträgen spiegelte ein breites Spektrum von Visualisierungsmöglichkeiten wieder. Dabei konnte man erfahren, dass man bei Projekten vor großen Herausforderungen an die Datenqualität steht.

Praxis ist Programm

Mitglieder der DGI und Teilnehmer bisheriger Tagungen wünschten sich mehr Praxisbezug. Diesem Wunsch wollte das Programmkomitee mit drei Workshops zum „Mitmachen“ Rechnung tragen. Die Workshops waren am Tag eins mit 8-16 Teilneh-

mern und die Tagung selbst mit etwa 70 Teilnehmern gut besucht. Den lockeren Auftakt bildete „Sketch your notes“ von Michael Geiß (Grafikdesigner, CEPRO GmbH). Die Teilnehmer übten mit Spaß, Stift und Papier eigene Sketchnotes (Mitschrift von Gehörtem) zu erstellen. Mit Hilfe von

Strichmännchen, Farben und Symbolen im reduzierten Comicstil werden handschriftliche Notizen ange-reichert. Diese Technik ist universell im Arbeitsalltag einsetzbar. Der zweite Workshop war eine Übung mit dem Luxid Webstudio von Temis. Das Tool unterstützt bei der

Erstellung von Thesauri. Der Referent Stefan Geißler erläuterte, dass das System aus einer Auswahl unstrukturierter Texte Begriffe vorschlagen, aber nicht einen fertigen Thesaurus zaubern kann. Dazu bedarf es der Kenntnis des Indexers und seines Fachgebietes. Im dritten Workshop lernten die Teilnehmer bei Florian Ramseger von Tableau, wie mit einer Excel-Tabelle aus den in Tableau zur Verfügung stehenden Grafiktools Balkendiagramme mit Vergleichszahlen gebildet und visualisiert werden können und welche Darstellungsform für welche Aussage sinnvoll ist.

Kernthesen der Visualisierung

Das Kamingespräch am Abend des ersten Tages stand unter dem Motto: „Sagt ein Bild wirklich mehr als 1000 Worte?“ – Elka Sloan (DGI- und GfWM-Mitglied) moderierte die Gesprächsrunde und fragte, ob der aktuelle Hype um die Visualisierung nur dadurch zu erklären sei, dass wir aufgrund der Datenfülle und des Zeitmangels keine langen Texte mehr lesen, sondern Bilder für das Verständnis von Inhalten bräuchten. Oder sind die Erwartungen an den Informationsgehalt von Bildern überzogen? Während der lebhaften Diskussion stellte sich heraus, dass man zwischen Informationsdesign und -visualisierung genau unterscheiden muss. Ansonsten würde man Visualisierung mit schlichtem Marketing verwechseln, so Prof. Bernhard Thull von der Hochschule Darmstadt.

Prof. Kohlhammer vom Fraunhofer Institut für Grafische Datenverarbeitung erläuterte, dass vieles in der Entwicklungsphase stecken und er deshalb noch nicht von einem Hype sprechen würde. Zu guten Projekten gehören zeitaufwändige und kostenintensive Planungen mit den Kunden sowie eine solide Datengrundlage. Florian Ramseger bestätigte, dass viel Know-how für die Entwicklung

geeigneter Visualisierungsmethoden notwendig ist. Guide Schenk von Dow Jones sieht im Pressebereich einen großen Bedarf an Infografiken. Hier könnten geeignete Methoden langwierige Textanalysen verkürzen. Thomas Stöckle von Factiva gab zu Bedenken, dass die Aussage eines Bildes schnell erfasst sei, doch die Arbeit dahinter sähe man nicht. Der Teufel steckt im Detail.

Am Ende der Diskussion bildeten sich „Kernthesen guter Informationsvisualisierung“ heraus: zu Beginn eines Projektes sollte man klären, was man mit den Daten eigentlich darstellen will, was der Nutzen der angestrebten Visualisierung ist. Auch ist wichtig, wo die Daten herkommen und welche Qualität sie haben. Letztlich muss man sich fragen, ob komplexe Zusammenhänge überhaupt einfach dargestellt werden können oder ob wichtige Informationen nicht unbeabsichtigt wegfallen.

Visualisierung emotionalisiert

Tag zwei war traditionell den Vorträgen aus der Praxis gewidmet. Prof. Thull berichtete vom Status quo der Visualisierung in der Informationswissenschaft. Die Verführung der Visualisierung sei groß, so Thull. Überall im Internet begegnen einem Grafiken u.a. bei Google Analytics, Tableau und Java Script. Alle Berufsgruppen erzeugen jetzt Daten. Oftmals steckt konventionelle Statistik dahinter. Prof. Thull hatte schon während der Kamindiskussion am Vorabend gezweifelt, ob Infoprofis unbedingt visualisieren müssten. Er verortete die Visualisierung eher in der IT. InfoProfis sollten nicht unbedingt selbst Entwickler werden, sich aber in Projekten mit ihrem Fachwissen einbringen.

Prof. Dr.-Ing. Jörn Kohlhammer berichtete von seinen Erfahrungen beim Projekt „Visualisierung von Krankheitsverläufen“. Hier habe die Visualisierung Ärzten und Patienten geholfen, Krankheitsstadien besser

zu verstehen. Patienten ordnen sich mit ihren persönlichen Daten im direkten Vergleich mit anderen Patientendaten ein – eine emotionale Unterstützung im Behandlungsprozess, die Patienten aus ihrer Isolation herauslösen kann. Der Nutzen von Visualisierungsmethoden in der Medizin liegt auch im gesellschaftlichen Interesse. Jede Berufsgruppe braucht und versteht andere Bilder, diese gilt es zu entwickeln, so Kohlhammer.

Thomas Stöckle (LexisNexis) fokussierte sich in seinem Vortrag auf die Kommunikationsanalyse. Er betonte ebenfalls einen emotionalen Effekt von Bildern. In Echtzeit können soziale Interaktionen in Twitter, Instagram oder Flickr grafisch sichtbar werden. Fast philosophisch spannte Stöckle den Bogen von Platons Höhlengleichnis bis in die heutige Filterblase bei Google-Recherchen, in der die Menschen gefangen in ihrer Welt die Schatten an der Wand für die eigentliche Realität halten. Grafikmodelle können in Echtzeit Nachrichten wie Schatten an der Wand abbilden. Der Unterschied ist, dass wir heute die Quellen (der Schatten) kennen. Max Halbritter von Bridging IT erläuterte den Einsatz von IBM Watson im Bereich der Elektromobilität. Texte aus Brancheninfos, Newslettern und Artikeln werden mittels Mining ausgewertet. Das Ergebnis ist eine Referenzliste. Dabei ist der IBM-Algorithmus ein ebenso intransparentes Orakel wie Google. Der Fachmann ist zur Einordnung der Ergebnisse nötig. Macht ein weiteres Analysetool den Infoprofi oder gar den Unternehmensberater überflüssig? Die Reduktion von Auswertungszeiten kann sinnvollerweise in strategische Aufgaben gesteckt werden, so die Einschätzung von Halbritter. Ein Versprechen, das wir nur zu gerne glauben wollen.

Adrian Egli von der Schweizerischen Bundesbahn stellte sich in seinem Vortrag die Frage, ob Visualisierungsmethoden immer Innovation

ermöglichen? Die SBB hatte ein Projekt zur Darstellung von Verspätungen in Echtzeit auf einer Schweizer Landkarte mit den Streckenverläufen visualisiert. Dabei kam heraus, wie sehr sich die Züge mit ihren Verspätungen gegenseitig „anstecken“ und nach und nach „erkranken“. Dieser virale Effekt war den Praktikern vor Ort wie Zugchefs oder Lokführern zwar irgendwie klar, aber die Visualisierung hat die Auswirkungen einzelner Verspätungen auf das ganze Netz deutlich werden lassen. Das Ziel war erreicht, tatsächliche Einflussgrößen mit Blick auf das Ganze für die operativen Mitarbeiter besser darzustellen, um Maßnahmen zur Verhinderung von Verspätungen rechtzeitig zu ergreifen.

85% der Kunden wollen visualisierte Informationen

John Edeson (Dow Jones) widmete sich der Extraktion von Big Data aus News, Firmenprofilen, Nachrichten, Blogs, Feeds und anderen „Infotetzen“ im Netz. Die Informationsflut im Internet zu bändigen ist schon lange eine besondere Herausforderung. Dabei wollen 85% der Kunden von Dow Jones unbedingt Visualisierungen statt Textanalysen. Wieder wurde ein Trend bestätigt, dass die Zeit zum Lesen fehlt. John Edeson betonte das deutlichere Sichtbarmachen von Trends mit Hilfe von interaktiven Grafiken.

Die Session nach dem Mittagessen bestand wieder aus 5-Minuten-Slots, in denen Anbieter den Zuhörern schnell und ohne Umschweife den Nutzen ihrer Produkte erläutern konnten (u.a. mit LexisNexis, Qlik, Tableau, i-views, Genios und Factiva). Danach erwartete die Zuhörer ein Vortrag aus der Welt des Social-Media-Monitoring von Prof. Dr. Martin Grothe (Complexium GmbH). Er erläuterte Möglichkeiten für Unternehmen, ihren Kunden im Netz in Echtzeit „zuzuhören“ und dabei systematisch „Unknowns“ zu ent-

decken. Meinungen, Trends, Aspekte der Nutzung eines Produktes und Themen, mit denen man nicht gerechnet hat, können diese Analysemethoden visuell neu darstellen.

Florian Ramseger von Tableau war überzeugt davon, dass mit Hilfe von journalistischen Infografiken Geschichten hinter den Fakten erzählt werden können. Infografiken können eine Alternative sein, wenn Fotos oder Filme fehlen. Sie bieten eine zusätzliche Option der Darstellung eines Sachverhaltes und seiner Zusammenhänge. Grafiker probieren inzwischen Bilder zuerst auf mobilen Geräten aus, ehe sie auf einer Webseite eingebunden werden. In anschaulichen Beispielen erläuterte er, wie Bilder einem helfen können, einen komplexen Sachverhalt auch entspannt visuell wahrzunehmen.

Was macht ein Data Scientist?

Torsten Hartmann von Avantgarde Labs zeigte, dass sich der Trend von Information Science hin zu Data Science bewegt. Die Kompetenzen des Data Scientists entwickeln sich erstaunlicherweise aus vertrauten informationswissenschaftlichen Themen: Ontologien, Thesauri, semantische Analysen, Informationsextraktion, Kenntnis von Datenbanken, Werkzeuge von Datenmanagement, Verständnis von maschinellem Lernen, Information Retrieval sowie das Domänenwissen – die Kultur und Sprache eines Unternehmens und seiner Kunden. Da Projekte immer interdisziplinär sind, muss man neugierig bleiben auf neue Einsatzmöglichkeiten für diese Methode bei den eigenen Kunden.

Wie unterstützt uns ein digitaler Assistent dabei? Dr. Rainer Vinkemeier von C21 Consulting, der zusammen mit Sigrid Riedel vom WTI und Klaus Reichenberger von i-views GmbH ein Projekt zur Erstellung eines Wissensnetzes als digitalen Assistenten entworfen hatte, stellte dar, dass die Knotenpunkte des Netzes Sachver-

halte visuell verbinden und eine einfache Navigation durch ein Wissensgebiet möglich machen. Dabei greift das genannte Beispiel auf den Thesaurus vom WTI mit über 50 Jahren Entwicklung zurück und nennt die Referenzen dahinter.

Schöne Bilder machen Arbeit

„Das visualisieren wir mal schnell! Leichter gesagt als getan, so das Feedback eines Teilnehmers am Ende der Veranstaltung. Dass hinter digitalen Grafiken unendlich viel Arbeit, Systematik, Planung und Datengenauigkeit steckt, war den interessierten Zuhörern bald klar geworden. Jeder Sachverhalt erfordert die Entwicklung einer geeigneten Grafik. Nicht alles lässt sich visualisieren. Selbst wenn das so ist, so lohnt eine intensivere Beschäftigung damit, ob Grafiken die eigenen Informationsdienstleistungen effektiver unterstützen können. Die Wirkung von Bildern ist schneller als tausend Worte. Eine Kooperation mit Kunden und IT ist bei Projekten unabdingbar. Der InfoProfi kann sich mit seinem Fachwissen unterstützend einbringen. |

Programm der Veranstaltung und Pressemeldung auf dem DGI-Blog vom 15.11.2015 und der Tagungswebseite:

<http://dgi-info.de>.

Die Diskussionen unter:

@DGIInfo oder #DGIPraxis



Elgin Helen Jakisch
U&B Interim-Services
Berlin
jakisch@ub-interim.de