

MFriends

Daten

mit Spass

Mai 2025

Autoren

Martin Grossrieder Konzept / Struktur / Inhalt

ChatGPT Unterstützung Formulierungen /
Punktuelle Inputs

Daten mal anders

**Daten wären Chefsache – und
manchmal auch Comedy.**

Dieses Buch zeigt mit viel
Witz, warum Führung heute
zwischen KPI-Chaos und
KI-Kaffeeautomat stattfindet
– und wie man dabei
menschlich bleibt.

Inhalt

1	Daten wären Chefsache.....	4
2	Die neuen Alphatiere im Büro.....	8
3	Zwischen Goldgrube und digitalem Gerümpel ..	11
4	Die hohe Schule des digitalen Versteckspiels ...	15
5	Daten, die keiner braucht, aber jeder verliert	18
6	Der Praktikant, der nie schläft und alles weiss ..	22
7	Neue Leadership – Yoga auf dem Hoverboard .	25
8	Weniger Daten, mehr Hirn.....	28
9	Schlusswort - Mut zur Klarheit.....	33
10	Autoren.....	37

1 Daten wären Chefsache

Willkommen in der Ära, in der Excel-Tabellen mehr Macht haben als die Geschäftsleitung, Dashboards die neuen Orakel sind und der Algorithmus heimlich die Kaffeemaschine steuert – mit dem Ziel, die Führungskraft durch koffeinbedingte Überforderung zu ersetzen. Dieses Buch ist eine satirische Reise durch die digitale Transformation, bei der Daten nicht nur Chefsache sind, sondern sich langsam zum CEO hocharbeiten. Und das ganz ohne Arbeitnehmervertretungen.

Früher war Leadership einfach: Man hatte ein Bauchgefühl, einen Kaffee und ein Flipchart. Heute braucht man ein Data Warehouse, eine KI mit Allwissenheitskomplex und ein Passwort, das mindestens 37 Zeichen, ein Emoji und den Namen des ersten Haustiers enthält. Willkommen im Zeitalter der datengetriebenen Führung – wo der Chef nicht mehr nur Chef ist, sondern auch Chief Data Interpreter, Chief Excel Officer und Chief „Was bedeutet eigentlich KPI?“.

Daten waren einst langweilige Zahlen in vergilbten Aktenordnern, die man nur beim Jahresabschluss beachtete – und selbst da nur mit einem Glas Rotwein in der Hand. Heute sind sie das Rückgrat jedes Unternehmens. Die Evolution begann in den

80ern mit der Digitalisierung, wurde durch Business Intelligence in den 2000ern beschleunigt und gipfelt heute in Echtzeit-Analysen durch KI, die schneller denkt als die Geschäftsleitung – und dabei gelegentlich halluziniert.

Wer heute noch ohne Daten entscheidet, ist entweder ein Genie, ein Zen-Mönch oder hat den letzten Newsletter verpasst, weil er im Spam-Ordner zwischen „Verlängern Sie Ihre Garantie“ und „Sie haben 1 Million gewonnen!“ gelandet ist.

Die Rolle der Führungskraft hat sich dramatisch verändert. Früher reichte ein „Ich denke, wir machen das so“. Heute heisst es: „Laut Dashboard 7B, KPI 42 und dem Orakel von Google sollten wir das besser lassen.“ Führungskräfte müssen heute nicht nur Menschen führen, sondern auch Daten verstehen – also quasi Yoda mit WLAN und einem MBA in Excel.

Wer Daten nicht versteht, trifft keine fundierten Entscheidungen. Und wer keine fundierten Entscheidungen trifft, landet schneller im Krisenmeeting als man „Pivot-Tabelle“ sagen kann. Und dort wartet bereits die KI mit einem Chart, das aussieht wie moderne Kunst – aber leider das Budget sprengt.

Ob Marketing, Produktion oder HR – überall helfen Daten, bessere Entscheidungen zu treffen. Predictive

Maintenance sorgt dafür, dass Maschinen gewartet werden, bevor sie kaputtgehen. Segmentierung im Marketing verhindert, dass man im Juli Schneeschaukeln verkauft. Und HR weiss dank Datenanalyse, dass der Kollege mit dem höchsten Kaffeekonsum auch die meisten Überstunden macht – oder einfach nur gerne Pause hat.

Der Einfluss von Daten auf Entscheidungsprozesse ist enorm. Früher war der Chef der Meinung, heute ist der Chef der Algorithmus. Szenarien werden simuliert, Risiken bewertet und Entscheidungen getroffen – noch bevor der erste Kaffee getrunken wurde. Und das Beste: Daten lügen nicht. Es sei denn, sie wurden schlecht gepflegt. Dann sind sie wie ein Ex auf LinkedIn: verwirrend, übertrieben und nicht ganz vertrauenswürdig.

Eine datengetriebene Kultur ist kein Projekt, sondern eine Haltung. Führungskräfte müssen nicht nur Excel öffnen können, sondern auch verstehen, was drin steht. Datenkompetenz ist keine Option mehr, sondern Pflicht. Wer das ignoriert, wird von der Konkurrenz überholt – und zwar mit Lichtgeschwindigkeit und einem Selfie vom Dashboard.

Zusammenfassend lässt sich sagen:

Daten sind nicht nur Chefsache – sie sind die Chefs.

Wer sie ignoriert, spielt Business auf „Easy Mode“ – und verliert trotzdem. Eine datengetriebene Kultur bedeutet, dass Führungskräfte nicht nur mit Zahlen jonglieren, sondern auch mit Verantwortung, Ethik und einem Augenzwinkern. Und wer dabei noch lachen kann, hat das Prinzip „mit Spass“ wirklich verstanden.

2 Die neuen Alphatiere im Büro

Daten sind die neuen Alphatiere im Büro. Sie kommen ohne Krawatte, aber mit Cloud-Zugang. Früher war der Chef der Boss – heute ist es die Datenbank. Sie entscheidet, wer befördert wird, welches Produkt gelauncht wird und ob der Kaffeeautomat entkalkt werden muss. Willkommen im digitalen Zoo, in dem Zahlen brüllen, Dashboards bellen und die Führungskraft hofft, dass wenigstens die KI sie noch duzt.

Wer glaubt, Daten seien nur etwas für Nerds mit dicker Brille und Excel-Fetisch, hat vermutlich auch noch ein Faxgerät im Büro und denkt, „Cloud“ sei ein Wetterphänomen. Dabei sind Daten längst die heimlichen Strippenzieher. Sie wissen, was der Kunde will, bevor der Kunde weiss, dass er überhaupt existiert. Und sie tun das mit einer Präzision, die selbst Hellseher nervös macht.

Früher glänzte man mit Bauchgefühl. Heute steht man ratlos vor einem Dashboard, das aussieht wie ein Regenbogen auf Steroiden. KPI hier, ROI da, und irgendwo blinkt ein Chart, das sagt: „Du hast versagt – aber immerhin in Echtzeit.“ Die Evolution ist klar: Vom Flipchart zur Cloud, vom Kaffeesatz zur KI, vom „Ich hab da ein Gefühl“ zum „Ich hab da ein Algorithmus“.

Daten sind das neue Öl, sagt man. Aber anders als Öl kann man sie mehrfach verwenden, ohne dass die Umwelt leidet – höchstens die Nerven der IT-Abteilung. Unternehmen, die ihre Daten nicht nur sammeln, sondern auch verstehen, können daraus neue Geschäftsmodelle entwickeln. Oder zumindest herausfinden, warum der Lagerbestand aussieht wie ein Tetris-Spiel mit Burnout.

Marketing ohne Daten ist wie Angeln ohne Köder – man kann's machen, aber es wird peinlich. Mit datengetriebenem Marketing wird aus dem „Wir probieren mal was“ ein „Wir wissen, was funktioniert“. Kunden bekommen keine generischen Botschaften mehr, sondern personalisierte Angebote, die so passgenau sind, dass man sich fragt, ob der Algorithmus heimlich mithört. Spoiler: Ja, tut er.

Daten helfen nicht nur beim Verkaufen, sondern auch beim Sparen. Produktionsprozesse, Lieferketten, Personalplanung – überall dort, wo Zahlen auftauchen, können Daten helfen, den Betrieb zu optimieren. Predictive Maintenance ist dabei der neue Zaubertrick: Maschinen werden gewartet, bevor sie kaputtgehen. Und wenn sie doch kaputtgehen, weiss die KI schon, wer schuld war – und hat die Kündigung vorbereitet.

Innovation entsteht heute nicht mehr durch Geistesblitze, sondern durch Datenblitze.

Kundenfeedback, Markttrends, interne Prozesse – all das kann zu neuen Produkten, besseren Dienstleistungen und revolutionären Ideen führen. Daten sind der Innovationsmotor, der nicht mit Benzin, sondern mit Neugier läuft. Und gelegentlich mit einem Bug, der alles lahmlegt – aber das gehört zur Spannung.

Kundenbindung ist kein Zufall, sondern das Ergebnis guter Kommunikation. Und gute Kommunikation beginnt mit Zuhören – oder besser gesagt: mit Datenanalyse. Wer weiss, was seine Kunden wollen, kann ihnen geben, was sie brauchen. Oder zumindest das, was der Algorithmus für „emotional relevant“ hält. Daten sind der Beziehungstherapeut zwischen Unternehmen und Kunde – und das ganz ohne Couch, aber mit Cookie-Hinweis.

Zusammenfassend: Daten sind die neuen Alphatiere. Sie sind laut, dominant und unbestechlich. Sie bellen nicht – sie rechnen. Und wer sie ignoriert, wird nicht gefressen, aber gnadenlos aussortiert.

Führungskräfte sollten lernen, mit ihnen zu tanzen – oder zumindest nicht über sie zu stolpern. Denn in der digitalen Wildnis gilt: Wer die Daten zähmt, führt das Rudel. Und wer sie ignoriert, darf die Kaffeemaschine entkalken.

3 Zwischen Goldgrube und digitalem Gerümpel

Daten – sie sind auch wie die Socken in der Waschmaschine: Man weiss nie genau, wo sie herkommen, wie viele man hat und warum plötzlich welche fehlen. Willkommen im Zeitalter der digitalen Goldgräberstimmung, in dem Daten als das neue Öl gehandelt werden – nur dass man sie nicht verbrennen sollte, sondern besser sortieren, analysieren und mit einem Augenzwinkern betrachten.

Daten sind auch wie Keller: Wenn man sie nicht regelmässig aufräumt, stapeln sich alte Rechnungen, doppelte Kundeneinträge und Passwortlisten mit '1234'. Unternehmen sammeln alles – vom Klick auf der Website bis zum Wetterbericht – und hoffen, dass sich daraus irgendwann ein Geschäftsmodell ergibt. Doch ohne Struktur wird aus der Goldgrube schnell ein Datenfriedhof. Die Lösung? Ein digitaler Hausmeister mit KI-Brille und einem Besen aus Algorithmen.

Die Datenarchitektur ist wie der Bauplan für ein Hochhaus – nur dass manche Unternehmen eher auf Baumhausniveau operieren. Wer seine Daten wild in Excel-Tabellen, E-Mail-Anhängen und USB-Sticks hortet, baut kein Fundament, sondern ein digitales Labyrinth. Eine gute Architektur ist skalierbar, flexibel

und vor allem verständlich – auch für die Kollegin aus der Buchhaltung, die bei „Cloud“ immer noch an Wetter denkt.

Die Infrastruktur ist das Rückgrat der Datenhaltung – und manchmal auch der Stolperstein. Zwischen veralteten Servern, die beim Hochfahren Geräusche wie ein startender Düsenjet machen, und hippen Cloud-Lösungen, die alles versprechen ausser Klarheit, liegt die Wahrheit irgendwo dazwischen. Wichtig ist: Die Technik muss nicht glänzen, sondern funktionieren. Und wenn der Drucker mehr Netzwerkrechte hat als der Praktikant, läuft etwas schief.

Datenintransparenz ist wie ein Krimi ohne Auflösung. Man weiss, dass irgendwo Informationen schlummern, aber niemand weiss wo. Und wenn man sie findet, sind sie entweder veraltet, doppelt oder in einem Format, das nur der Entwickler versteht, der längst in Rente ist. Transparenz bedeutet nicht, dass jeder alles sehen darf – sondern dass man weiss, was man hat, wo es liegt und ob es überhaupt noch gebraucht wird.

Manche Unternehmen lieben Technik so sehr, dass sie für jedes Problem eine neue Software kaufen – und am Ende mehr Tools als Mitarbeiter haben. Der Fokus auf Technik ist wichtig, aber nicht alles. Denn auch die beste KI hilft nichts, wenn die Datenbasis

aus dem letzten Jahrzehnt stammt und die Benutzeroberfläche aussieht wie Windows 95. Technik ist Mittel zum Zweck – nicht Selbstzweck.

Datenqualität ist wie Zahnhygiene: Man merkt erst, wie wichtig sie ist, wenn's weh tut. Dubletten, Tippfehler, fehlende Felder – all das macht aus der Goldgrube schnell ein digitales Gerümpellager. Wer seine Daten nicht pflegt, bekommt am Ende Analysen, die so sinnvoll sind wie ein Regenschirm im Hochsommer. Qualität braucht Pflege, Standards und manchmal auch den Mut, Daten einfach zu löschen.

Datenschutz klingt für viele wie die Spassbremse der Digitalisierung. Aber wer einmal eine Datenschutzverletzung hatte, weiss: Lieber vorher regeln als nachher zahlen. Compliance ist nicht nur ein Wort für Juristen, sondern ein Schutzschild für Unternehmen. Und wer seine Datenhaltung nach dem Motto „Was nicht auffällt, ist erlaubt“ betreibt, sollte sich schon mal auf einen Besuch vom Datenschutzbeauftragten freuen.

Daten sind wertvoll – aber nur, wenn man sie richtig behandelt. Eine gute Datenhaltung ist wie ein aufgeräumter Keller: Man findet, was man sucht, stolpert nicht über Altlasten und hat Platz für Neues. Wer Daten als strategisches Asset begreift, investiert nicht nur in Technik, sondern auch in Prozesse,

Menschen und ein bisschen gesunden
Menschenverstand. Denn am Ende sind Daten nicht
nur Zahlen – sondern Geschichten, Entscheidungen
und manchmal auch ein Grund zum Lachen.

4 Die hohe Schule des digitalen Versteckspiels

Datenhaltung – das klingt nach Ordnung, Struktur und Strategie. In der Praxis ist es jedoch eher wie ein Kindergeburtstag mit zu viel Zucker: laut, chaotisch und voller Überraschungen. Willkommen in der Welt, in der Dateien nicht gespeichert, sondern versteckt werden – und zwar so gut, dass selbst Indiana Jones sie nicht findet.

Die Datenarchitektur eines Unternehmens ist wie ein Labyrinth aus Excel-Tabellen, Cloud-Ordern und USB-Sticks, die seit dem letzten Betriebsausflug verschwunden sind. Wer hier den Überblick behält, ist entweder ein Genie oder hat einfach nie etwas gelöscht. Die IT nennt es „strukturierte Ablage“, das Marketing nennt es „Wo ist das Kundenprofil von gestern?“ – und der Praktikant nennt es „Ich hab’s aus Versehen gelöscht“.

Technische Infrastruktur ist das Rückgrat der Datenhaltung – oder der Bandscheibenvorfall. Zwischen Servern, die beim Hochfahren klingen wie ein Staubsauger auf Steroiden, und Cloud-Lösungen, die alles versprechen ausser Klarheit, liegt die Wahrheit irgendwo zwischen Kabelsalat und Passwortchaos. Und wenn der Drucker mehr Netzwerkrechte hat als der CIO, ist es Zeit für eine digitale Inventur – oder eine Runde Yoga.

Die Architektur ist oft beeindruckend – zumindest auf PowerPoint. In der Realität gleicht sie einem digitalen Escape Room: Man klickt sich durch Ordnerstrukturen, die „Final“, „Final_neu“, „Final_final“ und „Final_final_endgültig“ heissen – und am Ende öffnet sich ein PDF aus dem Jahr 2007. Wer hier den Überblick behält, verdient nicht nur ein Lob, sondern auch ein eigenes Denkmal im Intranet.

Die beste Datenstrategie ist die, die nicht nur auf dem Papier existiert. Sie sollte nicht aus Buzzwords bestehen, sondern aus klaren Verantwortlichkeiten, nachvollziehbaren Prozessen und einem Hauch gesundem Menschenverstand. Denn Datenhaltung ist kein Selbstzweck – sie soll helfen, Entscheidungen zu treffen, Innovationen zu fördern und den Alltag zu erleichtern. Und wenn dabei ein bisschen Chaos herrscht – solange es dokumentiert ist, ist es fast schon Strategie.

Ein gutes Datenhaltungskonzept denkt auch an den Ernstfall. Was passiert, wenn der Server streikt, die Cloud abstürzt oder der Praktikant versehentlich das Archiv löscht? Ein Notfallmanagementplan ist wie ein Erste-Hilfe-Koffer für die IT – man hofft, ihn nie zu brauchen, aber wenn doch, ist man froh, dass er da ist. Und wer regelmässig Backups macht, ist nicht paranoid – sondern vorbereitet. Und wer sie auch wieder findet, ist ein Held.

Datenhaltung ist nicht nur Technik, sondern auch Kommunikation. Wer Daten nicht erklären kann, hat sie nicht verstanden. Eine gute Datenkultur lebt davon, dass alle Beteiligten wissen, worum es geht – und zwar ohne Fachchinesisch. Dashboards, Visualisierungen und ein bisschen Humor helfen, aus trockenen Zahlen lebendige Geschichten zu machen. Und wer dabei noch einen Witz über Pivot-Tabellen einbauen kann, hat das Prinzip „mit Spass“ wirklich verstanden.

Datenhaltung ist mehr als nur das Speichern von Informationen – es ist die Kunst, aus digitalem Chaos eine funktionierende Grundlage für Entscheidungen zu schaffen. Wer seine Daten nicht nur hortet, sondern auch versteht, pflegt und sinnvoll nutzt, hat nicht nur weniger Kopfschmerzen, sondern auch mehr Erfolg. Und wer dabei noch lachen kann, hat das Prinzip „mit Spass“ wirklich verstanden.

5 Daten, die keiner braucht, aber jeder verliert

Daten – sie sind wie die alten Kabel in der Schreibtischschublade: Man weiss nicht mehr, wozu sie gehören, aber wegwerfen will man sie auch nicht. Willkommen im Kapitel der Risiken – dort, wo Daten sich stapeln, keiner sie braucht, aber jeder sie irgendwann verliert. Und das nicht nur metaphorisch, sondern ganz real – mit Folgen, die von peinlich bis existenzbedrohend reichen.

Daten, die man nicht löscht, entwickeln ein Eigenleben. Sie werden gehackt, gestohlen oder tauchen plötzlich wieder auf – wie ein Ex auf LinkedIn. Unternehmen, die ihre Daten nicht regelmässig entrümpeln, riskieren nicht nur Bussgelder, sondern auch peinliche Schlagzeilen. Und wenn die IT-Abteilung 'Wir haben ein Backup' sagt, meint sie oft 'Wir hoffen, dass es irgendwo existiert'. Die Lösung? Ein Notfallplan, der mehr kann als 'Stecker ziehen'.

In Unternehmen sammeln sich Daten schneller als Kaffeetassen im Grossraumbüro. Jeder Klick, jede E-Mail, jede Excel-Tabelle wird archiviert – für den Fall, dass man sie irgendwann vielleicht brauchen könnte. Das Problem: Man braucht sie nie. Und während die Datenberge wachsen, schrumpft die Übersicht. Die Folge? Entscheidungen basieren auf veralteten

Informationen, Prozesse werden langsamer, und die IT-Abteilung entwickelt eine chronische Migräne.

Warum löschen wir keine Daten? Weil wir sie lieben. Oder besser gesagt: Weil wir Angst haben, etwas Wichtiges zu verlieren. Also behalten wir alles – doppelt, dreifach, in verschiedenen Versionen mit kryptischen Dateinamen wie „Final_v3_neu_endgültig_FINAL.docx“. Und wenn dann ein Hacker kommt, freut er sich über die digitale Schatztruhe voller sensibler Informationen, die niemand mehr braucht, aber jeder vergessen hat.

Jede nicht bereinigte Datenbank ist wie ein offenes Fenster im Hochsommer: Früher oder später kommt jemand rein, der nicht eingeladen war. Ob durch Ransomware, Phishing oder den berühmten USB-Stick im Pausenraum – Daten, die keiner braucht, sind oft die, die zuerst gestohlen werden. Und dann beginnt das grosse Zittern: Wer hat was gesehen? Was wurde veröffentlicht? Und wie viel kostet uns das in Schweizer Franken und Reputation?

Datenschutzgesetze wie DSGVO oder DSG sind keine Empfehlungen, sondern Verpflichtungen. Und wer glaubt, dass „nicht genutzte Daten“ auch „nicht relevante Daten“ sind, der spielt mit dem Feuer. Denn auch die Daten, die keiner braucht, unterliegen gesetzlichen Vorgaben. Werden sie nicht korrekt gelöscht oder gesichert, drohen Bussgelder,

Gerichtsverfahren und unangenehme Gespräche mit der Geschäftsleitung.

Die Lösung? Datenbereinigung. Klingt langweilig, ist aber überlebenswichtig. Unternehmen sollten regelmässig prüfen, welche Daten noch relevant sind und welche in die digitale Tonne gehören. Das spart Speicherplatz, reduziert Risiken und sorgt dafür, dass die wirklich wichtigen Informationen nicht unter einem Berg aus Altlasten verschwinden. Und ganz nebenbei freut sich auch die IT – denn weniger Daten bedeuten weniger Kopfschmerzen.

Was tun, wenn es doch passiert? Wenn die Daten weg sind, gestohlen wurden oder plötzlich auf einer russischen Tauschbörse auftauchen? Dann hilft nur ein gutes Notfallmanagement. Backups, Wiederherstellungspläne und klare Kommunikationsstrategien sind Pflicht. Denn wer vorbereitet ist, kann auch im Ernstfall ruhig bleiben – und muss nicht mit feuchten Händen dem Datenschutzbeauftragten erklären, warum „Final_v3_neu_endgültig_FINAL.docx“ plötzlich viral geht.

Im Falle eines Datenvorfalles ist Kommunikation entscheidend. Wer zu spät oder gar nicht informiert, verliert nicht nur Vertrauen, sondern auch Kontrolle. Transparente Kommunikation mit Kunden, Partnern und Behörden ist kein Zeichen von Schwäche,

sondern von Professionalität. Und wer offen mit Fehlern umgeht, hat die Chance, daraus zu lernen – und vielleicht sogar Sympathien zu gewinnen.

Nicht zu unterschätzen sind auch die kulturellen Risiken im Umgang mit Daten. In manchen Unternehmen sind Daten Macht – wer sie hat, entscheidet. Das führt zu Silodenken, Intransparenz und internen Grabenkämpfen. Eine offene Datenkultur hingegen fördert Zusammenarbeit, Innovation und Vertrauen. Aber dafür muss man bereit sein, Kontrolle abzugeben – und das fällt nicht jedem leicht.

Daten sind wertvoll – aber nur, wenn sie gepflegt, geschützt und sinnvoll genutzt werden. Alles andere ist digitaler Ballast, der Risiken birgt und Ressourcen frisst. Unternehmen sollten lernen, loszulassen: Daten, die keiner braucht, gehören gelöscht. Und wer das beherzigt, verliert vielleicht ein paar überflüssige Dateien – aber gewinnt Sicherheit, Effizienz und ein gutes Gefühl beim nächsten Audit.

6 Der Praktikant, der nie schläft und alles weiss

Künstliche Intelligenz ist der neue Praktikant: Er arbeitet rund um die Uhr, braucht keinen Kaffee, fragt nie nach Ferien, stellt keine Lohnforderungen und weiss mehr als die gesamte Geschäftsleitung. Doch Vorsicht: KI kann auch halluzinieren, diskriminieren oder einfach zu ehrlich sein. Sie analysiert Daten schneller als ein Mensch 'PowerPoint' sagen kann und trifft Entscheidungen, bevor der Chef überhaupt weiss, dass es ein Problem gibt. Doch wie bei jedem Praktikanten stellt sich die Frage: Was kann er wirklich, und wie viel Verantwortung sollte man ihm übertragen? Die Lösung? Ein Ethik-Komitee mit Humor und einem roten Knopf für den Notfall.

KI ist der Meister der Datenanalyse. Während der Mensch noch versucht, die Excel-Tabelle zu sortieren, hat die KI bereits Muster erkannt, Prognosen erstellt und eine PowerPoint-Präsentation vorbereitet – inklusive animierter Diagramme. Sie erkennt Trends, bevor sie entstehen, und weiss, was der Kunde will, bevor dieser es selbst weiss. Das ist nicht Magie, sondern Mathematik mit einem Hauch Wahnsinn.

KI übernimmt repetitive Aufgaben mit einer stoischen Ruhe, die selbst Zen-Meister neidisch macht. Rechnungen sortieren, E-Mails beantworten,

Lagerbestände überwachen – alles kein Problem.
Und wenn sie mal einen Fehler macht, kann man sie nicht feuern, sondern muss sie neu trainieren.
Praktisch, oder?

Früher traf man Entscheidungen mit Erfahrung und Intuition. Heute fragt man die KI. Sie simuliert Szenarien, berechnet Wahrscheinlichkeiten und gibt Empfehlungen ab, die so fundiert sind, dass selbst die Geschäftsleitung beeindruckt ist. Natürlich sollte man nicht blind folgen – denn auch die KI hat mal einen schlechten Tag (meistens, wenn die Datenbasis aus dem letzten Jahrhundert stammt).

KI im Kundenservice ist wie ein höflicher Concierge, der nie müde wird. Sie beantwortet Fragen, löst Probleme und bleibt dabei stets freundlich – selbst wenn der Kunde zum dritten Mal fragt, wie man das Passwort zurücksetzt. Und wenn sie etwas nicht weiss, tut sie zumindest so, als würde sie recherchieren. Ein echter Profi eben.

So hilfreich KI auch ist – sie bringt auch Herausforderungen mit sich. Datenschutz, ethische Fragen, algorithmische Vorurteile – all das muss bedacht werden. Denn ein Praktikant, der plötzlich Entscheidungen trifft, ohne Rücksprache zu halten, kann schnell zum Risiko werden. Deshalb gilt:

Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser – auch bei KI.

KI unterstützt Führungskräfte dabei, bessere Entscheidungen zu treffen, Prozesse zu optimieren und Innovationen voranzutreiben. Sie ist der stille Berater im Hintergrund, der nie „Ich weiss es nicht“ sagt. Doch die Verantwortung bleibt beim Menschen – denn Empathie, Werte und gesunder Menschenverstand sind (noch) nicht programmierbar.

KI ist gekommen, um zu bleiben. Sie ist der Praktikant, der nie schläft, alles weiss und dabei erstaunlich wenig kostet. Wer sie richtig einsetzt, gewinnt Zeit, Effizienz und neue Erkenntnisse. Aber wie bei jedem Praktikanten gilt: Gute Betreuung, klare Regeln und ein bisschen Menschlichkeit machen den Unterschied. Denn am Ende ist KI nur so gut wie die Menschen, die sie führen.

7 Neue Leadership – Yoga auf dem Hoverboard

Führungskräfte müssen heute digital denken und menschlich bleiben – eine Kombination, die etwa so einfach ist wie Yoga auf einem Hoverboard.

Empathie, Diversität und Agilität sind keine Buzzwords, sondern Überlebensstrategien. Wer nur auf Zahlen schaut, verpasst die Menschen dahinter – und das ist ungefähr so, als würde man ein Konzert nach der Lautstärke bewerten. Die Lösung? Führung mit Herz, Hirn und WLAN.

Human Digital Leadership – das klingt wie ein Achtsamkeitskurs für Cyborgs, ist aber in Wahrheit die Kunst, in einer digitalisierten Welt Mensch zu bleiben, während man gleichzeitig versucht, nicht vom technologischen Hoverboard zu fallen. Es geht um Balance: zwischen Bits und Bauchgefühl, zwischen KI und Kaffeepause, zwischen Effizienz und Empathie.

Führung im digitalen Zeitalter bedeutet nicht, jeden Trend mitzumachen, sondern zu wissen, wann man mitmacht und wann man einfach mal innehält. Der Human Digital Leader ist kein Technikguru, sondern ein Mensch mit Überblick, der weiss, dass ein gutes WLAN zwar wichtig ist – aber ein gutes Gespräch noch wichtiger.

Human Digital Leadership stellt den Menschen ins Zentrum. Nicht als Ressource, sondern als Quelle von Kreativität, Intuition und manchmal auch Chaos. Es geht darum, Teams zu befähigen, nicht zu kontrollieren. Um Vertrauen statt Überwachung. Um Kommunikation statt Konfiguration.

Ein Human Digital Leader weiss, dass digitale Tools helfen können – aber nicht alles lösen. Er oder sie praktiziert digitale Achtsamkeit: bewusstes Entscheiden, wann man automatisiert und wann man einfach mal fragt: „Wie geht’s dir eigentlich?“ Denn nicht jede Führungskraft muss ein Chatbot sein – und nicht jeder Mitarbeiter ein Dashboard.

Die digitale Welt ist schnell, laut und manchmal unübersichtlich. Wer hier führen will, braucht Balance. Wie beim Yoga auf einem Hoverboard: Wer sich nur auf Technik verlässt, fällt. Wer nur auf Bauchgefühl hört, bleibt stehen. Die Kunst liegt im Gleichgewicht – zwischen Daten und Dialog, zwischen Struktur und Spontaneität.

Human Digital Leadership ist kein Buzzword, sondern eine Haltung. Es bedeutet, Technologie zu nutzen, ohne sich von ihr benutzen zu lassen. Es heisst, Menschen zu fördern, nicht nur Prozesse zu optimieren. Und es heisst, auch mal offline zu sein, um online besser zu führen. Denn am Ende zählt

nicht, wie digital man ist – sondern wie menschlich man bleibt.

8 Weniger Daten, mehr Hirn

Die Zukunft gehört denen, die wissen, welche Daten sie brauchen – und welche sie getrost löschen können. Weniger ist mehr, vor allem wenn man nicht in Daten ertrinken will. Trends wie Predictive Analytics, Echtzeit-Entscheidungen und ethische KI sind wie neue Apps: spannend, aber nur nützlich, wenn man weiss, wie man sie bedient. Die Lösung? Digitale Kompetenz mit gesundem Menschenverstand.

Die Zukunft ist digital, sagen sie. Aber vielleicht ist sie auch einfach... klüger. Denn während wir heute noch stolz auf unsere Terabytes sind und Daten wie Briefmarken sammeln, dämmert langsam die Erkenntnis: Nicht die Menge macht's, sondern der Verstand dahinter. Willkommen in einer Ära, in der weniger Daten mehr Hirn bedeuten – und das ist keine Speicheroptimierung, sondern eine Denkweise.

In der Zukunft wird nicht mehr alles gespeichert, was sich speichern lässt. Unternehmen entdecken das Datenfasten: bewusstes Verzicht auf überflüssige Informationen. Statt jede E-Mail, jeden Klick und jedes Meetingprotokoll zu archivieren, wird gefragt: Brauchen wir das wirklich? Und siehe da – plötzlich

ist Platz auf dem Server, Luft im Kopf und Klarheit in der Strategie.

Datenfasten ist nicht nur ein technischer Prozess, sondern ein kultureller Wandel. Es bedeutet, sich von der Angst zu verabschieden, etwas zu verpassen, und stattdessen auf Relevanz zu setzen. Wer weniger speichert, denkt mehr nach – und das ist gut so.

Big Data war gestern. Jetzt kommt Big Thinking. Führungskräfte verlassen sich nicht mehr nur auf Dashboards, sondern auch auf Erfahrung, Intuition und gesunden Menschenverstand. Entscheidungen werden nicht nur berechnet, sondern auch verstanden. Die KI darf mitreden – aber nicht allein entscheiden. Denn manchmal ist das Bauchgefühl eben doch besser als der Algorithmus.

Die Zukunft verlangt nach hybriden Denkmodellen: Daten liefern die Fakten, der Mensch liefert die Interpretation. Es geht nicht darum, Daten zu ignorieren, sondern sie sinnvoll zu ergänzen – mit Hirn, Herz und Haltung.

Die Zukunft gehört denen, die gute Fragen stellen – nicht denen, die alle Antworten speichern. Statt Daten zu horten, wird selektiert, reflektiert und priorisiert. Was zählt, ist nicht, wie viel man weiss, sondern was man daraus macht. Und wer die

richtigen Fragen stellt, braucht weniger Daten, um zu besseren Ergebnissen zu kommen.

Gute Fragen sind wie Leuchttürme im Datennebel. Sie helfen, den Kurs zu halten, statt sich in Details zu verlieren. Und sie fördern eine Kultur des Denkens – nicht des Sammelns.

Auch die Tool-Landschaft wird entschlackt. Statt 17 Plattformen für Kommunikation, Analyse und Projektmanagement gibt es eine zentrale Lösung – und ein Team, das sie wirklich versteht. Meetings werden kürzer, Dashboards übersichtlicher, und die IT-Abteilung muss nicht mehr jeden Monat ein neues Passwortsystem erklären.

Digitaler Minimalismus bedeutet: Technologie dient dem Menschen – nicht umgekehrt. Es geht um Klarheit, Konzentration und den Mut, auch mal „Nein“ zu sagen zu neuen Features, die keiner braucht. In einer Welt voller Daten gewinnt, wer menschlich bleibt. Empathie, Kreativität, Humor – all das lässt sich nicht speichern, aber es entscheidet über Erfolg. Die Zukunft der Führung ist hybrid: digital unterstützt, aber menschlich geführt. Und wer das versteht, braucht keine Datenflut – sondern ein gutes Gespräch zur richtigen Zeit.

Menschlichkeit ist nicht das Gegenteil von Digitalisierung, sondern ihre Ergänzung. Sie sorgt dafür, dass Technologie nicht entmenschlicht,

sondern befähigt. Und sie macht aus Zahlen Geschichten – aus Prozessen Beziehungen.

Führungskräfte der Zukunft sind keine Datenmanager, sondern Sinnstifter. Sie kuratieren Informationen, statt sie zu kontrollieren. Sie helfen ihren Teams, aus Daten Erkenntnisse zu gewinnen – und aus Erkenntnissen Entscheidungen zu formen. Dabei setzen sie auf Dialog, nicht auf Diagramme.

Der Human Digital Leader ist nicht der, der alles weiss – sondern der, der weiss, was wichtig ist. Und das ist oft weniger, als man denkt.

Die Zukunft verlangt nach einer neuen Unternehmenskultur: weg vom Datensilo, hin zur Denkfabrik. Informationen werden geteilt, nicht gehortet. Wissen wird diskutiert, nicht nur dokumentiert. Und Fehler werden als Lernchancen gesehen – nicht als Datenpunkte für die nächste Statistik.

Dieser Wandel braucht Mut, Offenheit und Führung. Aber er lohnt sich. Denn er macht aus Unternehmen lebendige Organisationen – nicht nur digitale Maschinen.

Die Zukunft ist kein Speicherplatzproblem, sondern eine Denkaufgabe. Weniger Daten bedeuten mehr Klarheit, mehr Fokus und mehr Raum für das, was wirklich zählt: Ideen, Entscheidungen, Beziehungen. Also: Hirn einschalten, Daten ausschalten – und mit

klarem Kopf in die Zukunft steuern. Denn am Ende zählt nicht, wie viel man gespeichert hat – sondern wie viel man verstanden hat.

9 Schlusswort - Mut zur Klarheit

Daten sind Chefsache – aber der Mensch bleibt Boss. Wer Daten versteht, sie sinnvoll nutzt und dabei nicht vergisst, dass hinter jeder Zahl ein Mensch steckt, wird nicht nur zum digitalen Leader, sondern auch zum echten Menschenführer. Und das ist in Zeiten von KI vielleicht die grösste Kunst. Also: Daten lieben, Menschen führen – und nie vergessen, dass auch ein Algorithmus mal eine Pause braucht.

Daten sind Chefsache. Das war die Ausgangsthese – und sie hat sich durch alle Kapitel gezogen wie ein roter Faden aus Nullen und Einsen. Doch am Ende geht es um mehr als nur um Technik, Tabellen und Tools. Es geht um Haltung. Um Verantwortung. Und um die Fähigkeit, in einer komplexen Welt einfache, klare Entscheidungen zu treffen.

Wir leben in einer Zeit, in der Daten allgegenwärtig sind. Sie entstehen schneller, als wir sie verarbeiten können. Sie werden gesammelt, gespeichert, analysiert – und manchmal auch vergessen. Doch die wahre Herausforderung liegt nicht im Sammeln, sondern im Verstehen. Nicht im Speichern, sondern im Entscheiden. Und nicht im Automatisieren, sondern im Führen.

Eine gesunde Datenkultur ist wie ein gepflegter Garten: Man muss wissen, was man pflanzt, was

man pflegt – und was man regelmässig entfernt. Daten, die keiner braucht, sind wie Unkraut: Sie nehmen Platz, Energie und Aufmerksamkeit. Wer seine Datenkultur ernst nimmt, schafft Raum für Innovation, Klarheit und Fokus.

Führung hat sich verändert. Früher war der Chef derjenige mit dem grössten Büro und dem dicksten Ordner. Heute ist Leadership eine Frage der Haltung – nicht der Hierarchie. Der Human Digital Leader ist kein Kontrollfreak, sondern ein Möglichmacher. Er oder sie nutzt Daten, um Menschen zu stärken – nicht um sie zu ersetzen.

Künstliche Intelligenz ist dabei ein wertvoller Assistent. Sie analysiert, prognostiziert und automatisiert. Aber sie ersetzt nicht das Gespräch, das Vertrauen, die Intuition. Der Mensch bleibt im Zentrum – als Entscheider, als Sinngeber, als empathischer Navigator durch die digitale Welt.

Daten bringen Macht. Und Macht braucht Verantwortung. Wer mit Daten arbeitet, muss sich bewusst sein, dass jede Zahl ein Mensch sein kann. Jede Statistik eine Geschichte. Und jede Entscheidung eine Wirkung. Datenschutz, Ethik und Transparenz sind keine Fussnoten – sie sind die Basis für Vertrauen.

Verantwortung bedeutet auch, Fehler zuzugeben, Prozesse zu hinterfragen und den Mut zu haben,

Dinge zu vereinfachen. Denn manchmal ist die beste Entscheidung die, die man nicht trifft – sondern delegiert, diskutiert oder einfach nochmal überdenkt.

Die Zukunft gehört denen, die Klarheit schaffen. Nicht denen, die alles wissen, sondern denen, die das Richtige wissen. Weniger Daten, mehr Hirn – das ist kein technischer Trend, sondern ein kultureller Wandel. Es geht darum, aus Informationen Erkenntnisse zu machen. Aus Erkenntnissen Entscheidungen. Und aus Entscheidungen Wirkung.

Wer in der Zukunft führen will, braucht keine perfekte Datenbank – sondern ein gutes Team, eine klare Vision und den Mut, auch mal „Ich weiss es nicht“ zu sagen.

Dieses Buch war eine Reise durch die Welt der Daten – mit einem Augenzwinkern, aber auch mit Ernsthaftigkeit. Denn Daten sind kein Selbstzweck. Sie sind Werkzeuge, Spiegel, Chancen. Und manchmal auch Stolpersteine.

Führungskräfte, die Daten als strategisches Gut begreifen, gewinnen nicht nur Effizienz, sondern auch Erkenntnis. Und wer dabei noch lachen kann, hat das Prinzip „mit Spass“ wirklich verstanden.

Also:

Bleiben Sie neugierig.
Bleiben Sie menschlich.

Und machen Sie Daten zur Chefsache

—

nicht weil es modern ist, sondern
weil es sinnvoll ist.

10 Autoren

Martin Grossrieder – Inhalt / Konzept / Struktur

Martin Grossrieder

Blattliring 8

6403 Küssnacht

martin.grossrieder@bluewin.ch

+41 77 462 84 00

Martin Grossrieder hat während seiner beruflichen Laufbahn eine Affinität zu verschiedenen Business-Sektoren im Dienstleistungsbereich entwickelt. Das Bankhandwerk lernte er von Grund auf bei einer mittleren Bank im Kanton Schwyz. Nach der Lehre setzte Grossrieder als Analytiker, Programmierer und Projektleiter verschiedene IT-Tasks im Bankenumfeld um.

Nach dem Studium zum Informatiker leitete er die Parametrierabteilung eines namhaften Softwareherstellers im Bereich Warenhandel in der Innerschweiz. Zurück im Bankenumfeld arbeitete er als Leiter des ICT-Controllings und Stellvertreter Leiter ICT und ICT-Sicherheit für eine grössere Innerschweizer Kantonalbank. Gleichzeitig besuchte er Weiterbildungen für Organisationsmanagement, Unternehmensführung und Leadership. Aktuell betreut Grossrieder Projekte in den Bereichen Organisation, Unternehmensberatung, Finanzen und IT sowie Geschäftsprozessen.

ChatGPT - Unterstützung Formulierungen / Punktuelle Inputs

Quelle: www.chatgpt.com

ChatGPT ist ein KI-gestütztes Sprachmodell, das von OpenAI entwickelt wurde. Es basiert auf der Architektur der Generative Pre-trained Transformer (GPT) und ist darauf trainiert, menschenähnliche Texte zu verstehen und zu generieren. ChatGPT kann in vielen Anwendungen eingesetzt werden, z. B. für Chatbots, Inhalte generieren, Fragen beantworten und vieles mehr.

Und zum Schluss:

**Wenn Daten wirklich
Chefsache sind**

—

wer bringt dann dem Algorithmus
eigentlich den Kaffee?



Informationen www.mfriends.ch

Kontakt Martin Grossrieder,
martin.grossrieder@bluewin.ch
+41 77 462 84 00