

KI

Kompass

für Führungskräfte

digitalrat



Ausgabe 04 April 2026

Daten – Grundlage der Zukunft

Kundenzentriert

Mehr dazu auf Seite 5

Gamechanger

Mehr dazu auf Seite 8

Datenqualität

Mehr dazu auf Seite 10

Editorial



Kevin D. Klak & Laurent Ph. Gachnang,
Digitalrat GmbH, www.digitalrat.ch

«Data has a better idea.»

Künstliche Intelligenz verspricht Revolutionen – doch in der Praxis scheitern viele Projekte an ihrer Grundlage: den Daten. Diese Ausgabe zeigt, wie Unternehmen die Lücke zwischen Anspruch und Realität schliessen.

Chris Ryan erklärt, warum Fertigungsbetriebe trotz KI-Hype oft noch im Leerlauf stecken: Fehlende Datenintegration blockiert den Fortschritt. Sein Beitrag zeigt, wie eine durchdachte Datenstrategie Barrieren abbaut.

Dass Technologie allein nicht reicht, betont Dominic Bolliger: Kundenzentrierte KI entfaltet Wirkung, wo sie konkrete Probleme löst – etwa durch personalisierte Services oder entlastete Mitarbeitende.

Andreas Gran und Benjamin Aunkofer ergänzen die Perspektive: Gran analysiert, warum Datenqualität über Erfolg oder Scheitern entscheidet – fragmentierte Daten führen zu fragmentierten Ergebnissen. Aunkofer wiederum ordnet ein, wie hochwertige Daten den Unternehmenswert steigern – und warum sie der eigentliche Rohstoff der KI-Ära sind.

Lassen Sie sich inspirieren, wie Sie diese Technologie wirklich nutzbar machen.

Kevin D. Klak *Laurent Ph. Gachnang*

Kevin D. Klak
Co-Herausgeber

Laurent Ph. Gachnang
Co-Herausgeber

Vor der KI ist nach der Datengrundlage

Künstliche Intelligenz (KI) kommt in vielen Fertigungsbetrieben noch nicht in die Gänge. Ursache sind in erster Linie fehlende Daten, an die aufgrund der branchentypischen OT-IT-Kluft oft nur schwer heranzukommen ist. Ein abgestimmtes Zusammenspiel aus Datenstrategie, Vernetzung relevanter Systeme und Datenkompetenz kann Barrieren beseitigen und das Fundament für KI-Anwendungen legen. Dabei sollen Unternehmensziele die Richtung vorgeben.

Von Chris Ryan

In der Dezember/Januar-Ausgabe des «KI Kompass» mit Fokus auf Automatisierung widmeten wir unseren Artikel der Frage, warum KI-Anwendungen in Schweizer Produktionshallen nur langsam in die Gänge kommen. Gemäss einer 2024 publizierten Studie von ETH Zürich, Swissmem und Next Industries spielt KI bei über 50% der befragten Firmen in der Fertigung noch keine Rolle. Neben fehlender KI-Strategie, -Expertise und kompatibler IT-Infrastruktur weist die Studie auf die schwierige Verfügbarkeit von Daten

als Ursache hin. Was können Fertigungsunternehmen tun, um mehr und bessere Daten zu gewinnen?

Wie kommen Daten aus Systemen in Systeme?

Nur langsame KI-Nutzung bei schwieriger Datenverfügbarkeit ist kein überraschender Befund. Die zitierte Studie weist auch darauf hin, dass sich viele fertigende Unternehmen auch mit Data Governance und Data Quality schwertun bzw. diese Disziplinen als Hürden für die Nutzung von KI betrachten (siehe Abbildung 1).

Warum bekunden Fertigungsbetriebe so grosse Mühe, Daten aus der Produktionshalle zu gewinnen bzw. die Datengrundlage für allfällige KI-Anwendungen zu le-

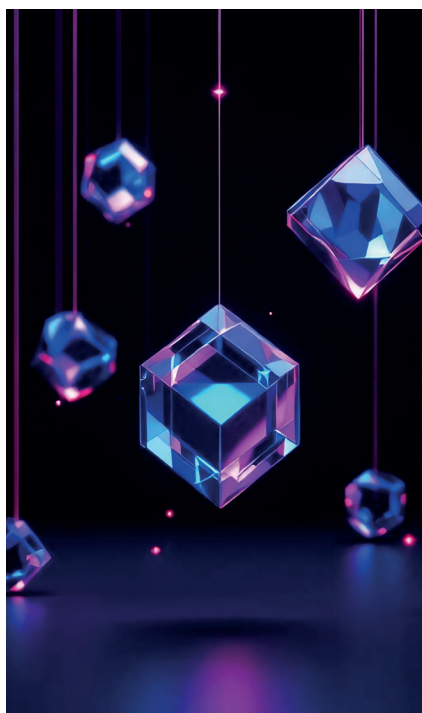


Image prompt*: 3D artwork in bold, contrasting colors. Multiple crystal-line, geometric shapes float in an empty, dark space, connected by thin, glowing threads. The crystals resemble data blocks held in perfect balance. The surfaces are impeccably smooth with reflective properties that gently refract light. The scene conveys a calm, almost meditative atmosphere – like a digital mobile of information.

Kundenzentrierte KI

KI entfaltet ihren Wert dort, wo sie Kunden und Mitarbeitende konkret entlastet. Viele Unternehmen starten technisch – und wundern sich, warum Wirkung ausbleibt. Kundenzentrierte KI wirkt dort am stärksten, wo sie den Alltag konkret verbessert – sei es durch personalisierte Beratung, strukturierte Daten oder empathische Kommunikation. Daten werden dabei gezielt genutzt, um Mitarbeitende zu entlasten und eine pragmatische Skalierung zu ermöglichen.

Von Dominic Bolliger

Der Perspektivenwechsel, den viele KMU jetzt brauchen

Viele Unternehmen starten ihre KI-Reise mit der Frage: **«Wie setzen wir KI ein?»**

Doch nachhaltige Wirkung entsteht, wenn die Frage anders gestellt wird: **«Wie schaffen wir für unsere Kunden und Mitarbeitenden mehr Wert?»**

Dieser Wechsel ist heute entscheidend. Kundenerwartungen steigen, Dienstleistungen werden digital vergleichbar, Informationsmengen wachsen – und gleichzeitig sind Fachkräfte knapp. KI bietet die Chance, Servicequalität zu erhöhen, Prozesse zu vereinfachen und Mitarbeitende gezielt zu entlasten. Nicht durch Komplexität, sondern durch Klarheit: Bedürfnisse werden sichtbar, Daten strukturiert genutzt und Abläufe konsequent aus Kundensicht gedacht.

Künstliche Intelligenz liefert ihren grössten Nutzen dort, wo sie den Alltag konkret erleichtert – beim Beraten, Entscheiden, Informieren oder Entlasten. Genau hier setzen sechs Beispiele aus Schweizer Unternehmen an. Sie zeigen, wie kundenzentrierte KI heute wirkt und welche Muster sich daraus für KMU ableiten lassen.

«Wenn KMU KI mit dem Kunden im Zentrum einsetzen, entsteht ein Multiplikatoreffekt: zufriedenere Mitarbeitende, zufriedene Kunden, höherer Umsatz.»

«Die Voraussetzung dafür ist eine saubere Datenbasis – nicht ein grosses KI-Projekt.»



Image prompt*: A surrealistic 3D artwork in soft pastel colors (mint green, light blue, pink). Smooth, geometric shapes form a floating network of transparent, cube-shaped data containers that appear like floating storage units. Thin, glowing lines connect the cubes and symbolize data streams. The scene is set in a foggy, minimalist environment with soft lighting and subtle shadows that emphasize the clarity of the shapes. The atmosphere is futuristic, calm, and conceptual – like an abstract visualization of data architecture.

BIKELocal – personalisierte Beratung rund um die Uhr

Der Velo-Spezialist BikeLocal wollte die Beratung zu Spitzenzeiten stabilisieren und digital erweitern. Ziel war es, Fachwissen zugänglich zu machen, ohne die persönliche Beratung zu ersetzen.

Use Case

- KI unterstützt Kundinnen und Kunden 24/7 bei der Auswahl von Bikes und Komponenten oder bei der Auswahl des passenden Events.
- Automatisierte Nachrichten – perfekt abgestimmt auf die Präferenzen – werden dank KI 100% individuell.
- Die Beratungsqualität bleibt stabil – unabhängig von Öffnungszeiten und Auslastung.

Nutzen

- höhere Abschlussquote
- deutlich weniger Retouren

- konsistente Beratung
- spürbare Entlastung des Teams

Learning

Skalierbarkeit entsteht nicht durch mehr Personal, sondern durch bessere Informationsflüsse. KI strukturiert Wissen – Menschen nutzen es.

Hotel Matterhorn Focus – persönliche Gästekommunikation mit Auszeichnung

Das Boutique-Hotel wollte Gäste frühzeitig begleiten, ihr Informationsbedürfnis verstehen und gleichzeitig das Team entlasten.

Use Case

- KI beantwortet Anfragen, erstellt individuelle Reiserouten und gibt lokale Empfehlungen.
- Automatisierte Vorab-Kommunikation klärt die wichtigsten Fragen zuverlässig.
- Mitarbeitende können sich stärker auf die persönliche Betreuung vor Ort konzentrieren.