HSLU Hochschule Luzern

ChatGPT statt Dashboard?

Warum Zahlenverständnis entscheidend bleibt.

Marco Hassler
velyoo AG

Wirtschaft
16. November 2026

AACSB ACCREDITED

Braucht ein selbstfahrendes Auto eigentlich noch ein Dashboard?



A

Ja

Zur Kontrolle brauche ich weiterhin Informationen.

B

Nein

Das System fährt und entscheidet selbst.

C

Anders

Andere Informationen werden entscheidend.

Was hat Autofahren mit Digital Analytics zu tun?

Der Prozess ist vergleichbar. Und Artificial Intelligence verändert auch in Analytics gerade viel.

Daten aufbereiten

Dashboards und Reports

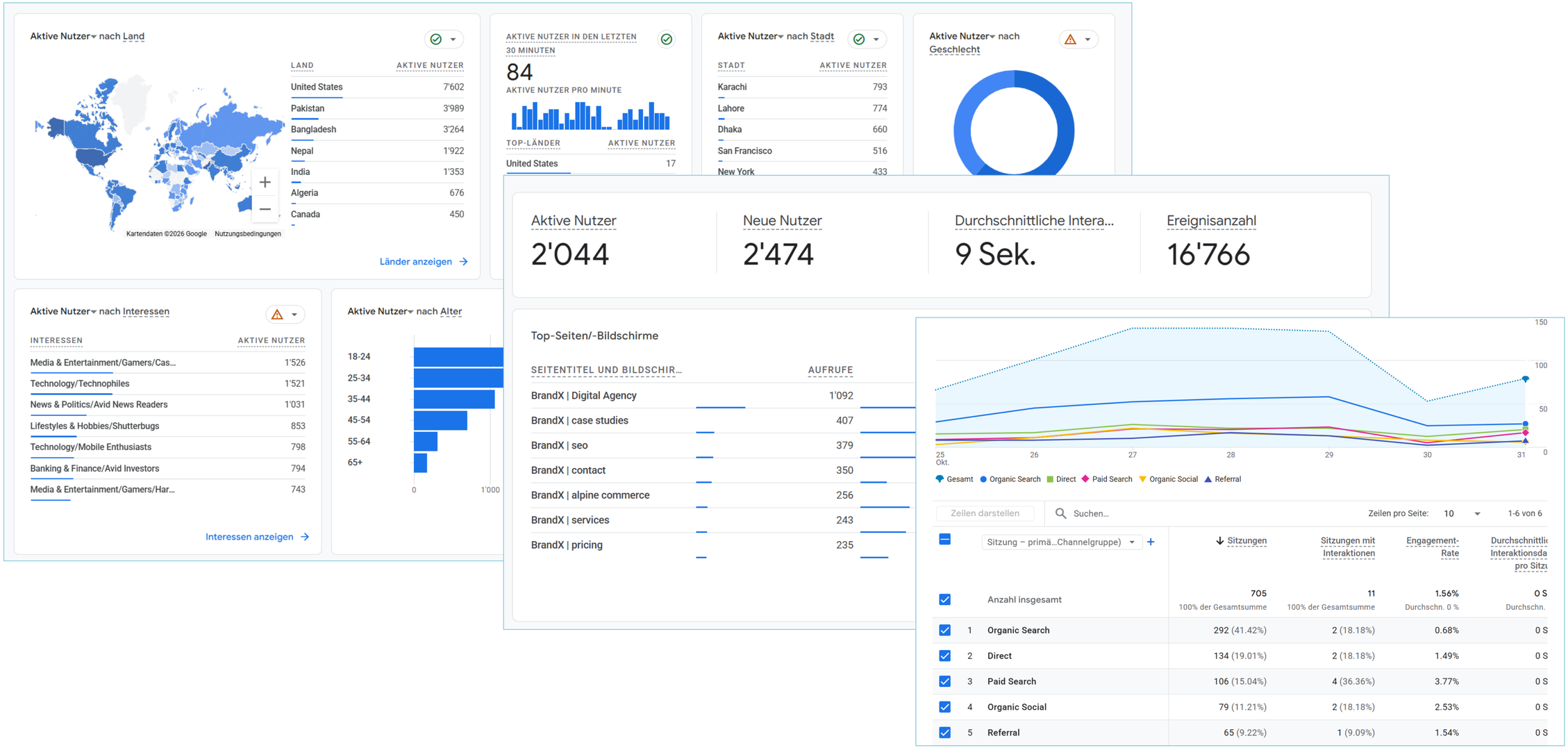
Interpretieren & entscheiden

Mensch

Umsetzen & Optimieren

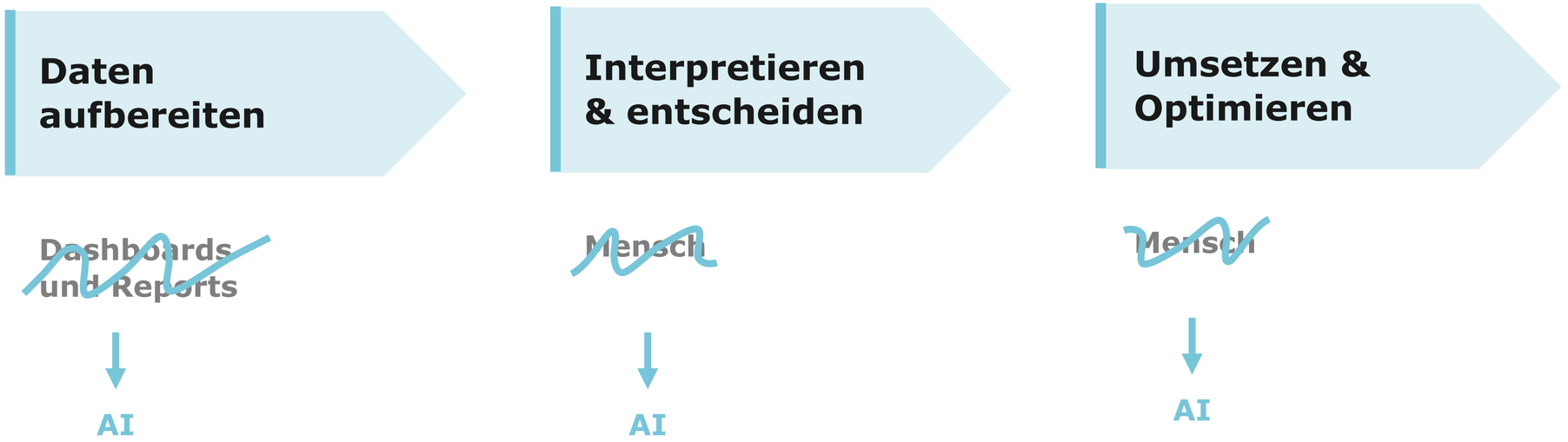
Mensch

Digital Analytics heute. Beobachten, klicken, filtern, vergleichen

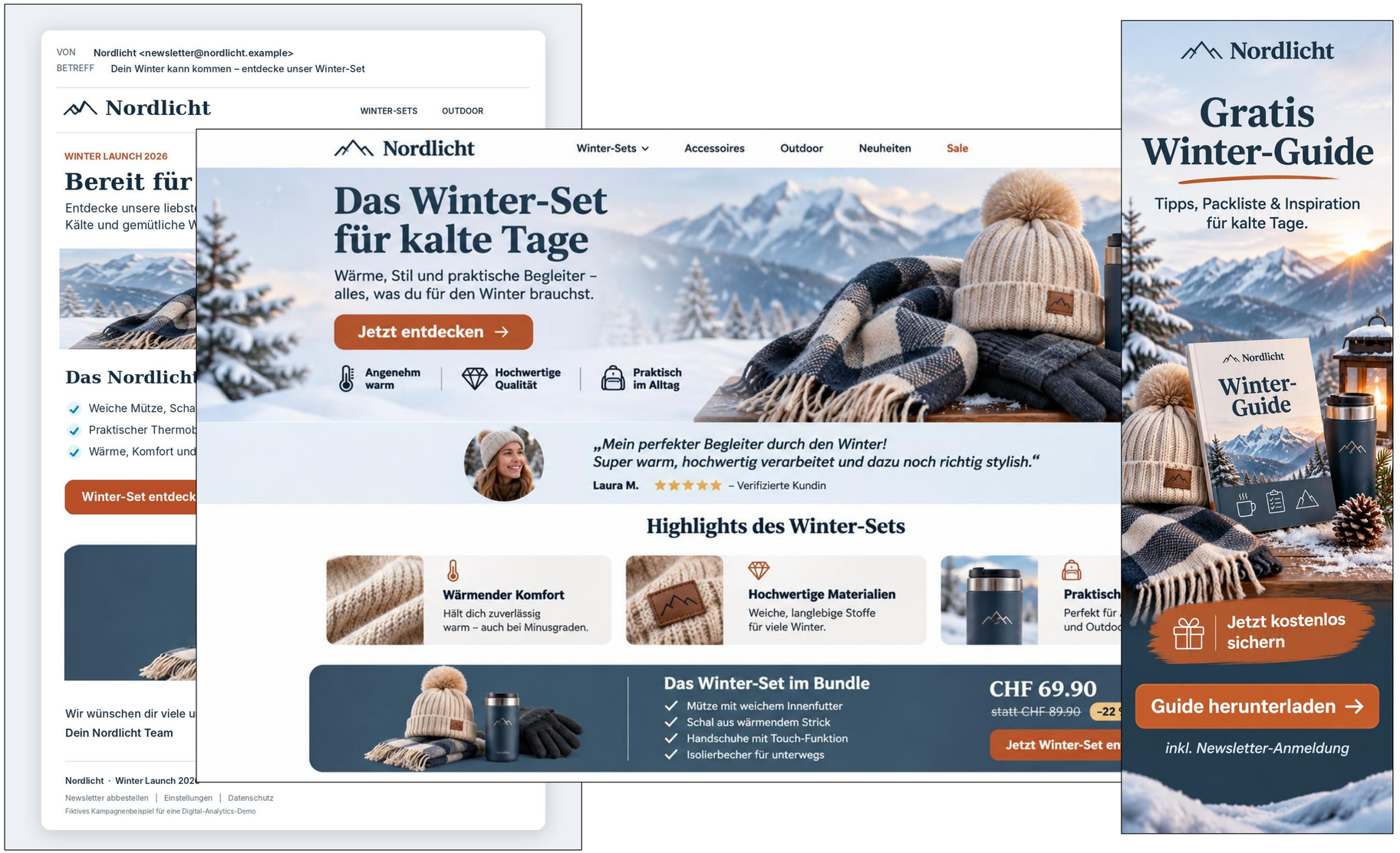


Jeder Prozess-Schritt könnte künftig von AI übernommen werden

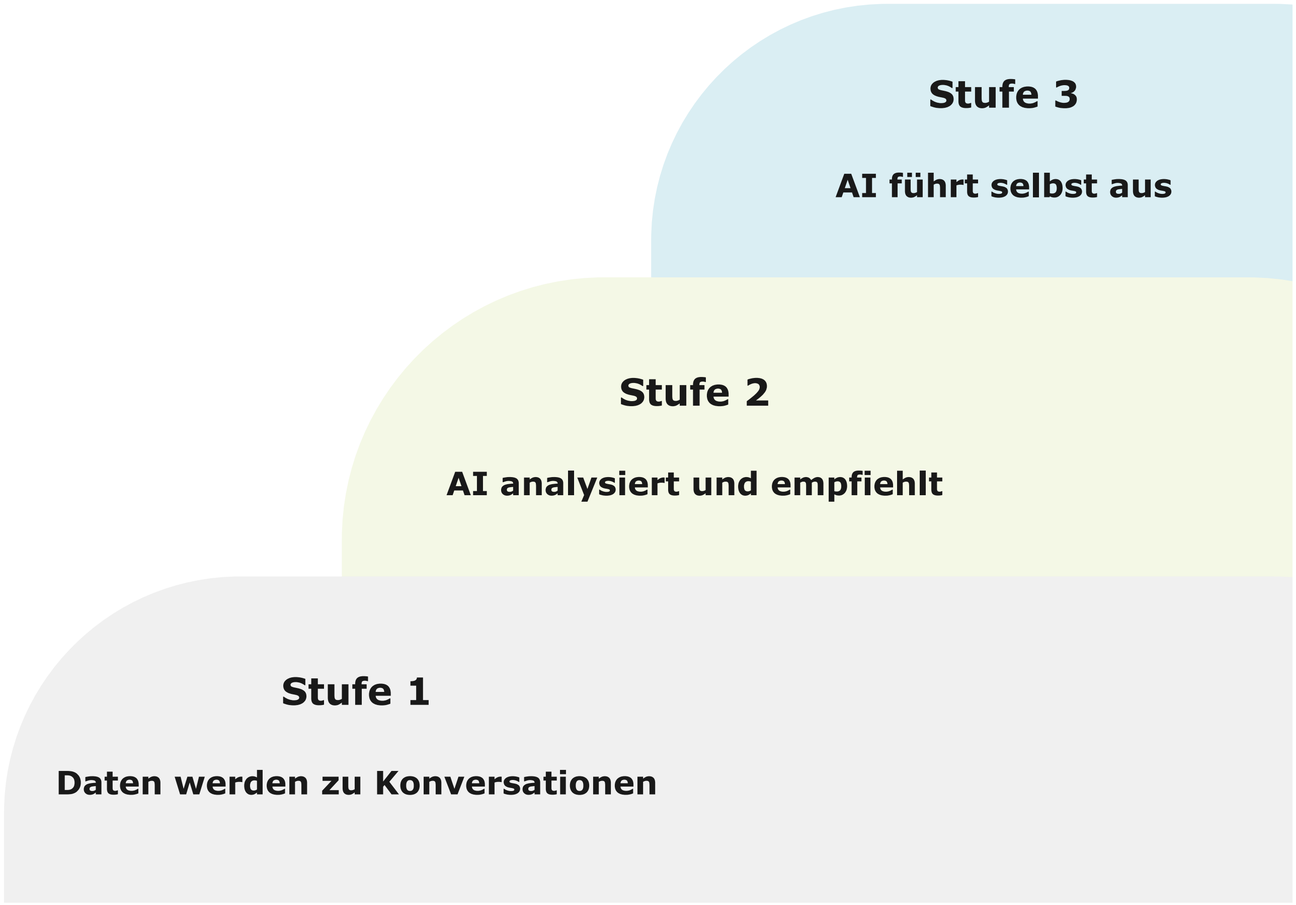
Wozu braucht es noch Dashboards wenn AI selbst interpretiert und optimiert?



Wie könnten diese Schritte für eine Kampagne aussehen?

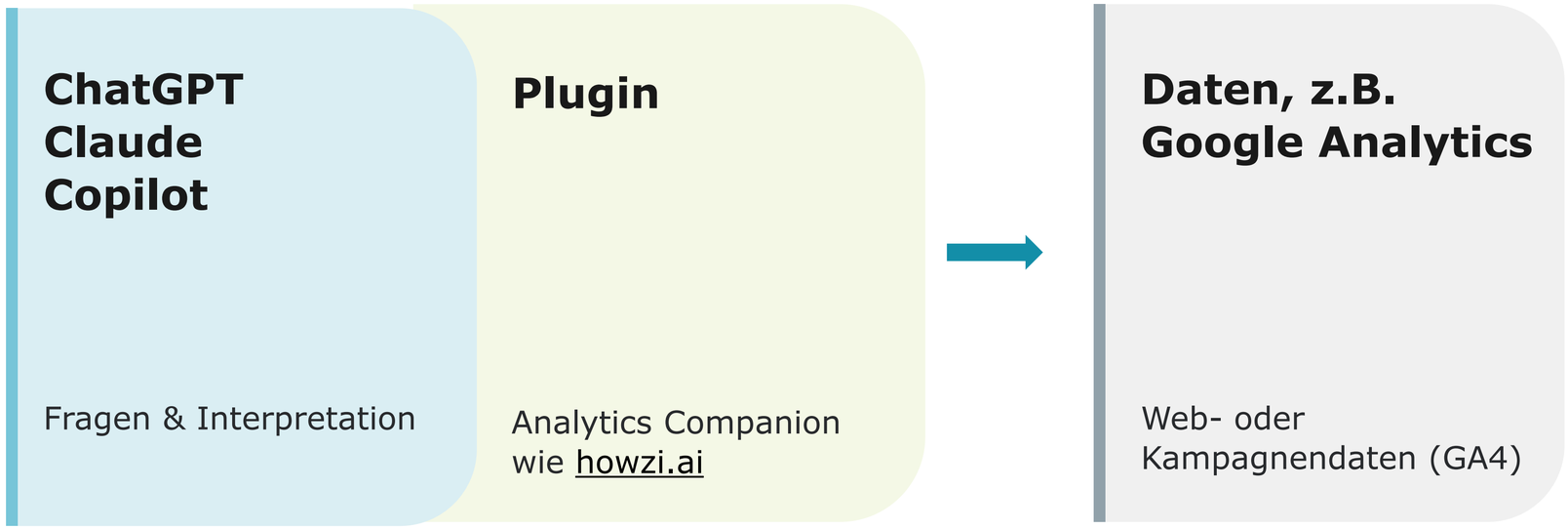


Drei Stufen zur selbststeuerenden Kampagne



Stufe 1: Daten werden zu Konversationen

Der Chat Assistant ersetzt die üblichen Reports und Dashboards



Verbindung benötigt ein Plugin wie Howzi.ai

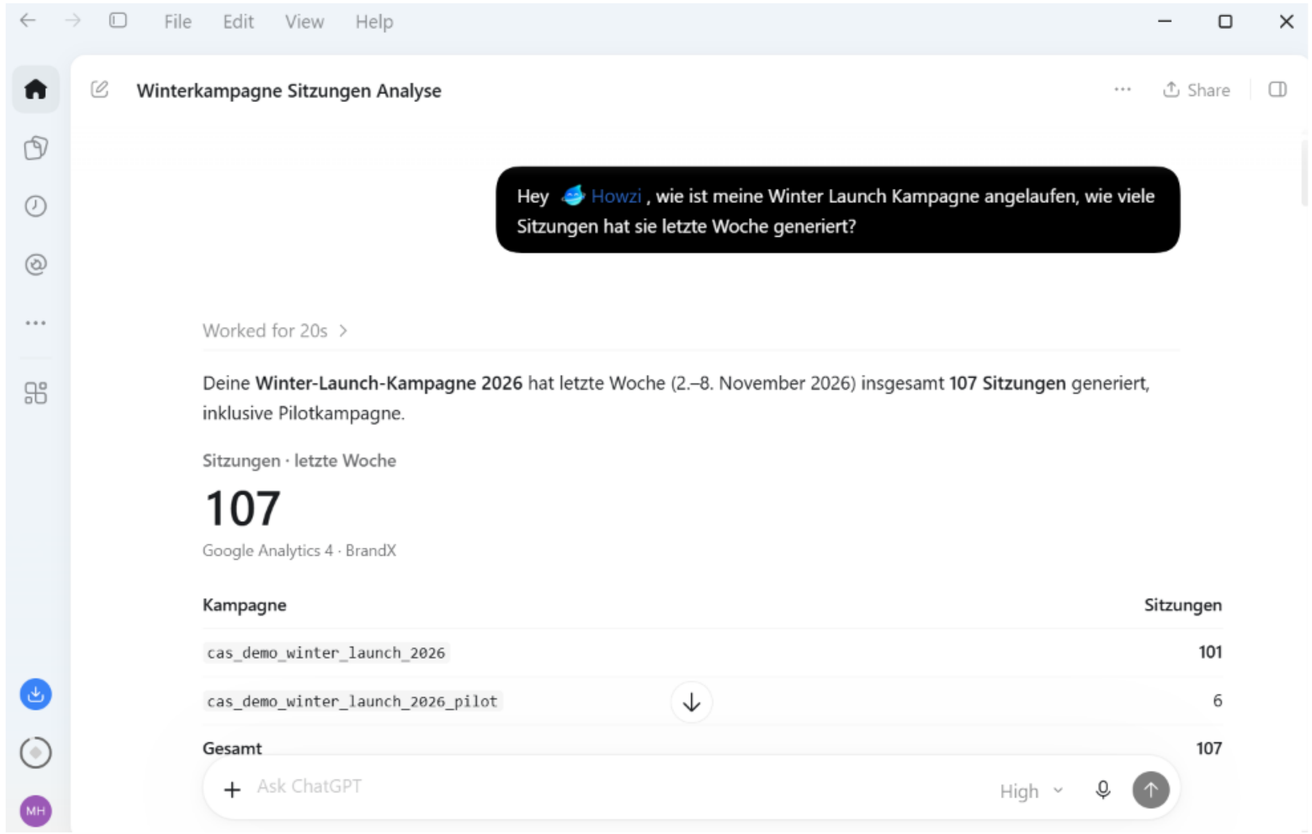
Beispiel-Konversation zur Kampagne

Frage

«Wie ist meine Kampagne angelaufen?»

Nachfrage

«Welcher Kanal hat am meisten Traffic geliefert?»



Chat Work

Where should we begin?

Hey Howzi,

High

MH

Erkenntnis aus Stufe 1: Die Oberfläche ändert sich, der Bedarf an Urteil bleibt

KLASSISCH

Dashboard	ansehen
Report	filtern
Analyse	vergleichen

MIT AI

Frage	stellen
Antwort	prüfen
Nachfrage	vertiefen

Stufe 2: AI analysiert und empfiehlt

Analysieren

«Gibt es Insights bezüglich Werbemittel und Kampagnenoptimierung?»

Optimieren

«Wie kann ich das Werbemittel (oder Landing Page, oder…) verbessern?»





Worked for 2m 25s

Werbemittelanalyse: Winter Launch 2026

2.–8. November 2026 · BrandX · 101 Sitzungen der Hauptkampagne

Ja, es gibt bereits klare Optimierungsansätze: Bei Paid Search funktioniert die Nutzenargumentation deutlich besser als die Preisbotschaft. Bei Paid Social generieren sowohl die Rabatt-Story als auch das Produktvideo Conversions. Und bei Display scheint der kostenlose Winter-Guide besser zu funktionieren als die direkte Produktwerbung.

1. Performance der einzelnen Werbemittel

Kanal / Werbemittel (`utm_content`)	Sitzungen	Engagement-Rate	Conversions	Conversion-Rate
Paid Social · `story_discount`	18	55,6 %	**5**	27,8 %
Paid Social · `product_video`	15	66,7 %	4	26,7 %
Paid Search · `text_benefits`	18	**77,8 %**	3	16,7 %
Paid Search · `text_price`	12	66,7 %	0	0 %

Ask ChatGPT

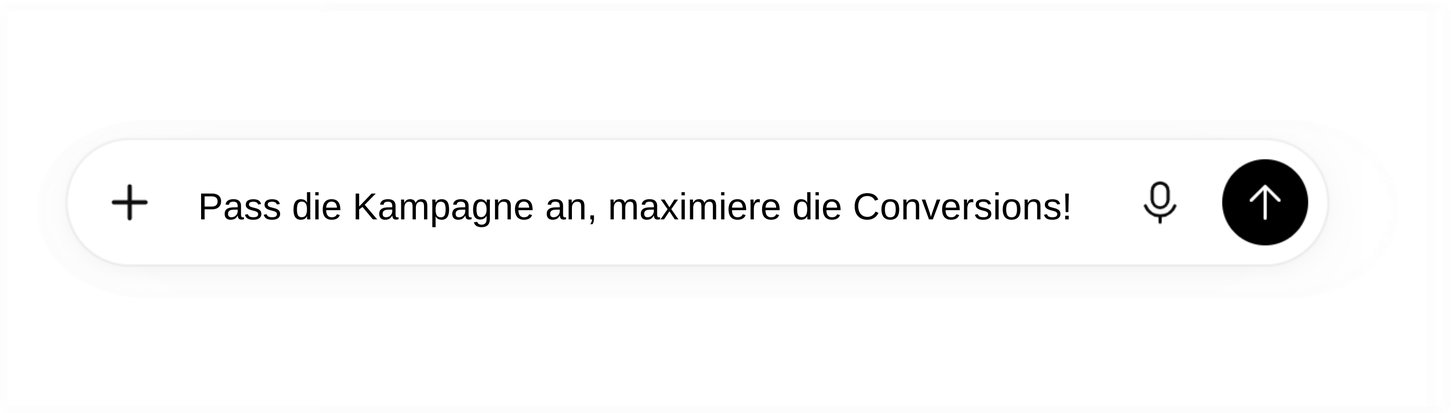
High

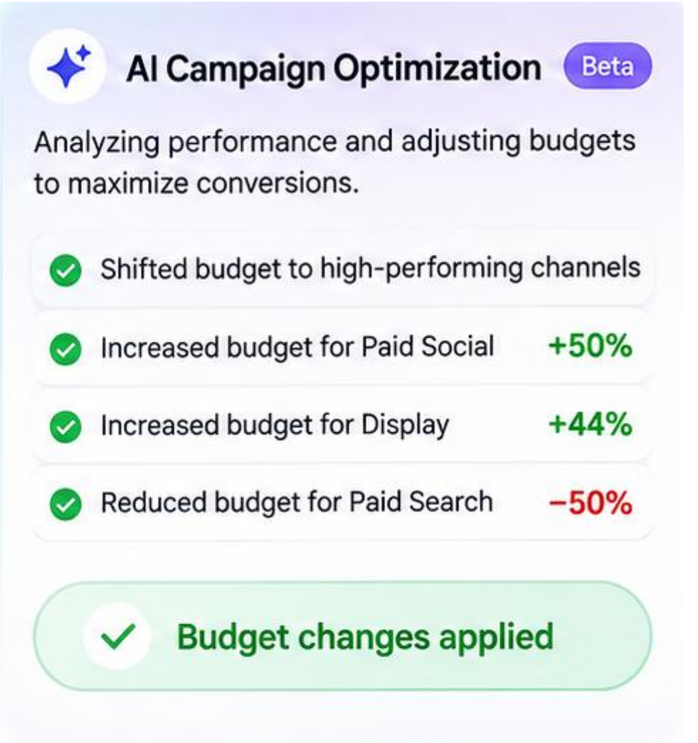
Erkenntnis aus Stufe 2: Eigene Daten/Kontext integrieren sehr gut mit Generativer AI



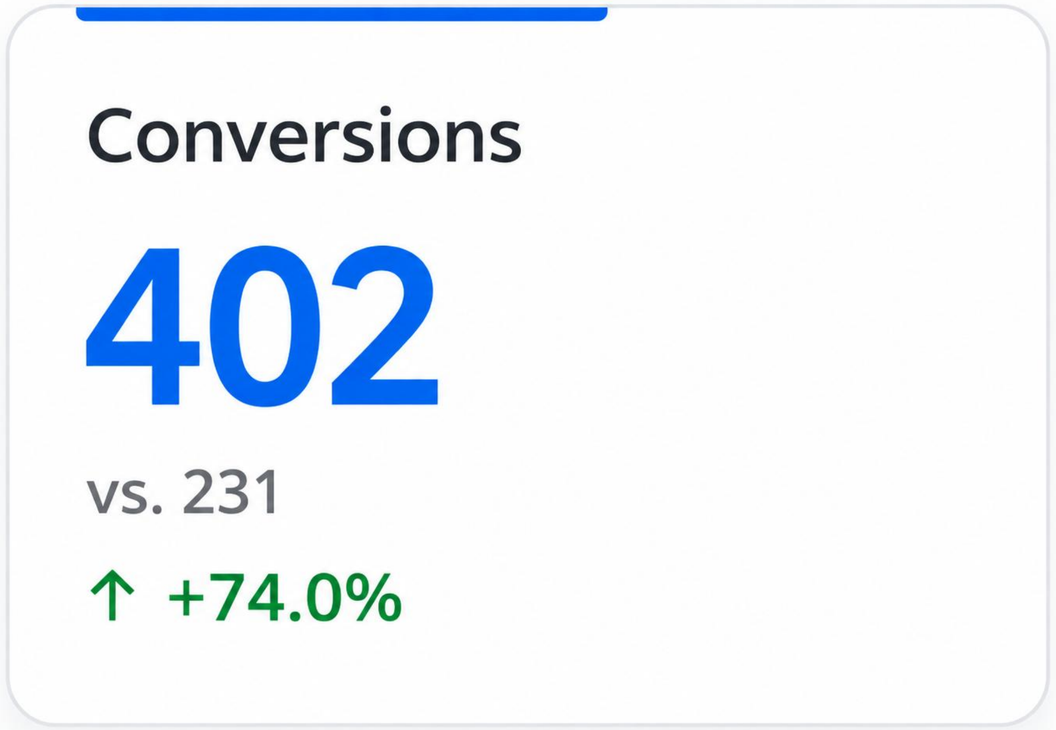


Stufe 3: AI führt selbst aus, zum Beispiel Kampagnenmix und Budget



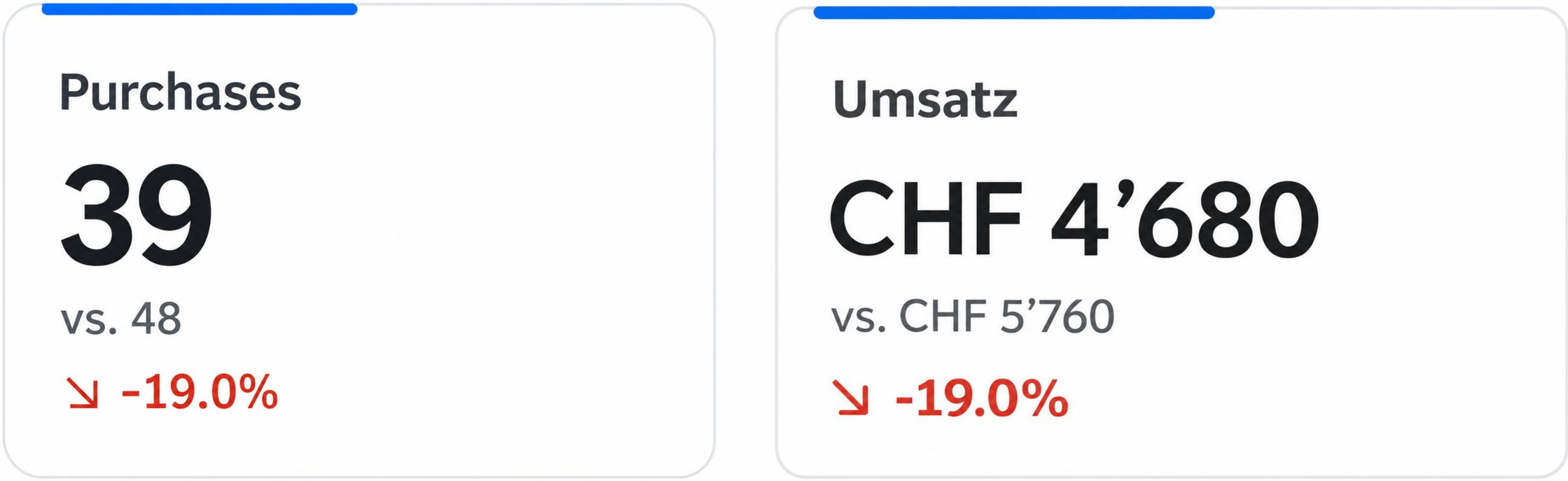


Mission erfüllt bei +74 % Conversions?



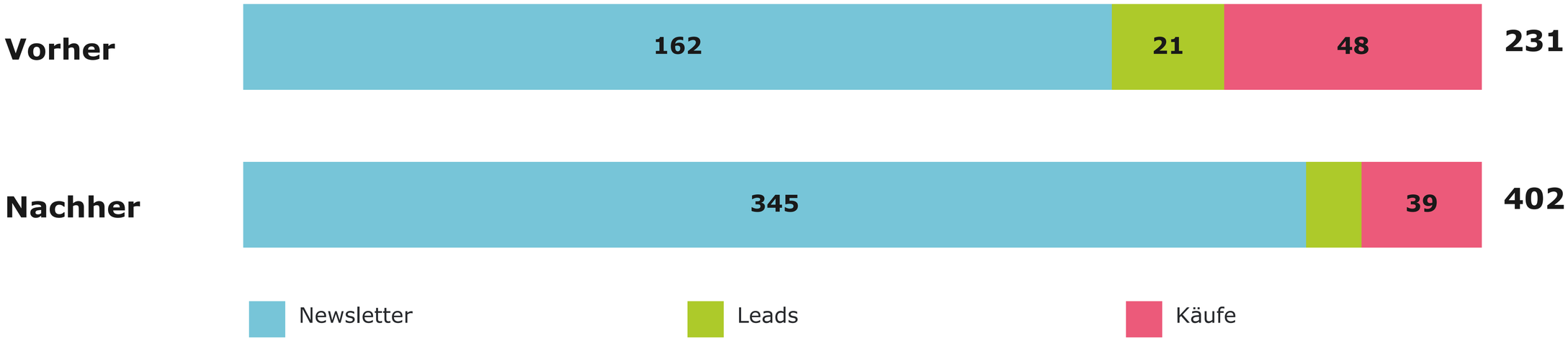
Würdet ihr die AI weiter optimieren lassen?

Und wenn gleichzeitig der Umsatz sinkt?



KI hat auf Conversion optimiert. Conversions können verschiedene Ausprägungen haben. Der Auftrag war nicht zielführend formuliert.

Conversions-Einstellung
Newsletter-Anmeldung = 1 Conversion
Lead = 1 Conversion
Kauf = 1 Conversion



Erkenntnis aus Stufe 3: Verständnis macht Entscheidungen besser

01

Ziele & Kennzahlen

Definieren, was Erfolg bedeutet.

02

Messung & Daten

Verstehen, was Zahlen abbilden – und was nicht.

03

Vergleiche & Zusammenhänge

Veränderungen einordnen;
Hinweise von Ursachen trennen.

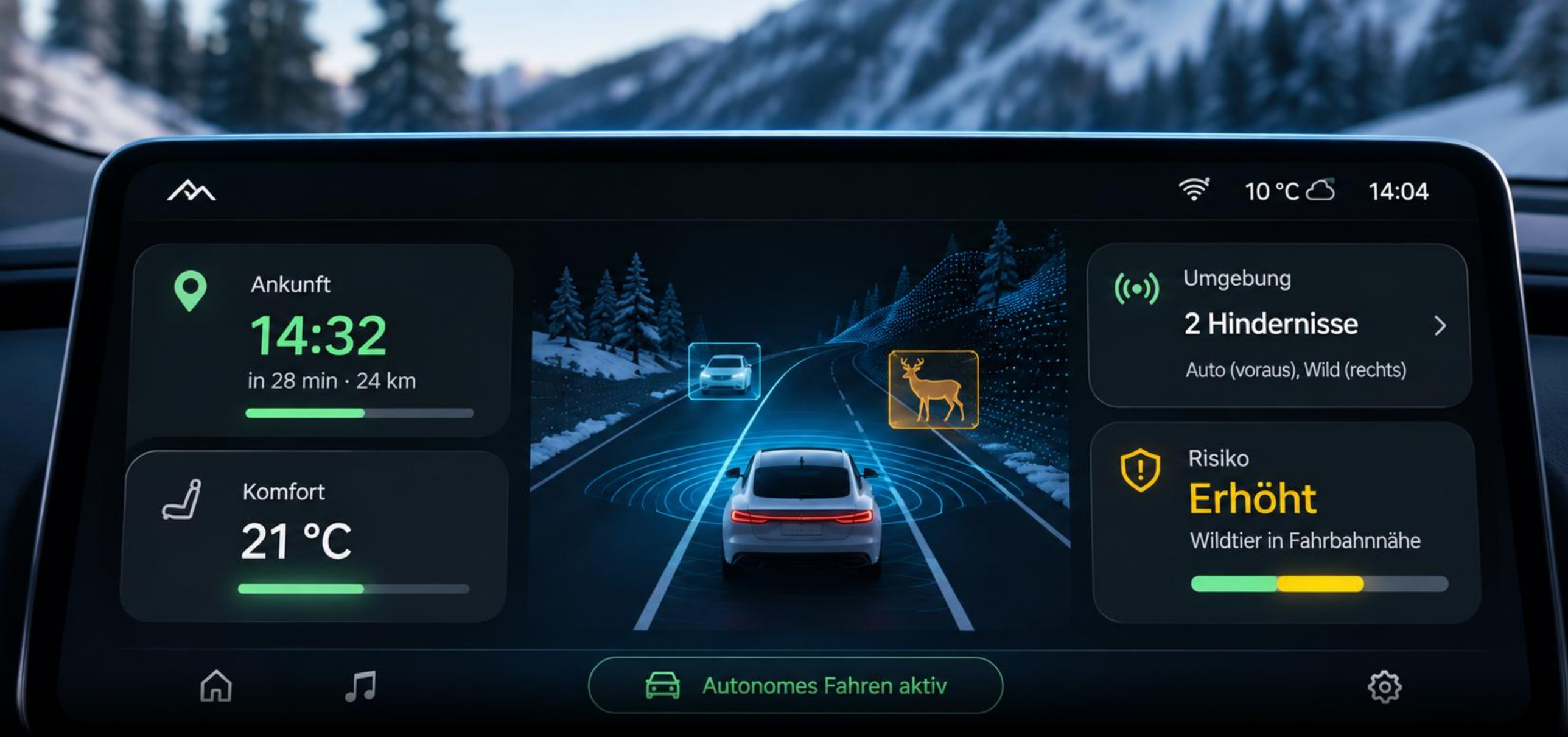
04

Urteil & Kontrolle

Empfehlungen prüfen und Wirkung testen.

Zurück zum selbstfahrenden Auto.





Die Ziele einer Reise sind seit jeher konstant: Sicher, schnell und komfortabel ankommen. Wer Steuerung delegiert, muss weiterhin Ziele setzen und Ergebnisse beurteilen können. KPIs finden sich auf anderer Ebene für gleiche Ziele.

HSLU Hochschule Luzern



velyoo
Marco Hassler
Gründer & Geschäftsführer

T direct +41 79 227 54 65
marco.hassler@velyoo.com

FH Zentralschweiz

HSLU Hochschule Luzern

Neugierig auf mehr?



CAS Digital Communication and Marketing

Lernen Sie, digitale Medien strategisch einzusetzen!

Nächste Infoveranstaltung: Freitag, 27. November 2026

SAS Data-driven Content Marketing

Bessere Inhalte erstellen dank KPI-Frameworks, Daten und AI

…und viele weitere Infoveranstaltungen immer aktuell auf unserer Website.

16. November 2026

Wirtschaft
Institut für
Kommunikation und
Marketing IKM