

## Konkrete praktische Hinweise

Der Einsatz von KI im HR erfordert eine sorgfältige Vorbereitung, Implementierung und rechtliche Einbettung im Unternehmen. Ein wesentlicher Bestandteil dieser Vorbereitungsmaßnahmen und Implementierung sind die Erstellung von DPIAs und der Erfüllung der Transparenzpflichten gegenüber Bewerbenden und Mitarbeitenden.

Neben datenschutzrechtlichen Fragen sind auch arbeitsrechtliche, haftungsrechtliche und weitere sektorielle Aspekte bei der Implementierung und Anwendung von KI im HR-Kontext zu berücksichtigen. Dabei kann die nachstehende Checkliste helfen.

### Checkliste: Rechtssicherer KI-Einsatz im HR:

- Abschluss von Verträgen mit KI-Anbietern.
- Abarbeiten und Prüfen der vorstehenden Datenschutz-Checkliste für die Nutzung von KI-Anwendungen durch das HR.

- Umgang und Einsatz von KI und getroffene Schutzmassnahmen sorgfältig dokumentieren sowie entsprechende Prozesse implementieren.
- Persönlichkeitsrechte im Arbeitsverhältnis beachten, insbesondere bei Überwachungs- oder Analysefunktionen.
- Offene Kommunikation fördern und – wo erforderlich – Einwilligungen einholen.

### Fazit

Der Einsatz von KI im HR bietet grosse Chancen, ist jedoch rechtlich anspruchsvoll und erfordert eine sorgfältige Vorbereitung, Implementierung und Anwendung anhand klar definierter Prozesse. HR-Abteilungen sind gefordert, Transparenz, Verhältnismässigkeit, menschliche Entscheidungshoheit sowie den Schutz vor Diskriminierung konsequent sicherzustellen. Wer bereits heute klare Prozesse, Governance-Strukturen und rechtliche Prüfungen etabliert, schafft nicht nur Rechtssicherheit, sondern ist auch gut

auf zukünftige gesetzliche Anforderungen vorbereitet.



**Cornelia Mattig**, RAin, MLaw, LL.M., bei Roesle Frick & Partner. Ihre Tätigkeitsschwerpunkte liegen im Datenschutz- und IT-Recht sowie in den Bereichen ESG, Technologie und Gesellschaftsrecht.

### SEMINARTIPP

#### ChatGPT & Co. rechtssicher einsetzen

#### Rechtliche Rahmenbedingungen und praktische Massnahmen zum Einsatz von KI

Praxis-Seminar, 1 Tag

Seminarleitung: Marco S. Meier

- Dienstag, 19. Mai 2026

Zentrum für Weiterbildung Uni Zürich

**Mehr Informationen und Anmeldung unter: [www.praxisseminare.ch](http://www.praxisseminare.ch)**



Einfach gedacht von Selma Kuyas

## Die schlimmste Erfindung für CEOs? Die Snooze-Taste.

Einer der schlimmsten Momente des Tages ist für mich, wenn der Wecker klingelt. Noch schlimmer ist nur die Snooze-Taste. Dieses kurze Hochgefühl, noch fünf Minuten zu gewinnen und dann der Moment, in dem Du auf die Uhr schaust und realisierst: zu spät. Verschlafen. Der Tag startet nicht, Du stolperst in ihn hinein.

Ich hasse dieses Gefühl. Endgültig abgewöhnt habe ich es mir, als ich einmal meinen Flug nach Los Angeles verpasst habe. Mehrfachwecker, trotzdem verschlafen. Damals gab es noch keine Reiseversicherungen, also sass ich in der Swissair-Hotline und versuchte, mit Charme und Reue ein zweites Ticket zum Vollpreis zu vermeiden. Es ging gut aus. Aber die Lektion sass. Seitdem verpasse ich keine Flüge mehr.

Was mich heute mehr irritiert als ein verpasster Flug, ist etwas anderes: Ganze Führungsebenen, die nicht nur einen Termin verschlafen, sondern gleich den Wandel – oder ihn bewusst ignorieren.

Ich sehe das gerade sehr deutlich in der KI-Revolution. Und noch deutlicher bei Social Media. Ich habe Personen in meinem Umfeld, die heute sagen, sie hätten den KI-Zug verpasst. Andere haben bis heute kein einziges Social-Media-Profil, weil diese «Social-Revolution» angeblich nie relevant war. Ein Trend, der sich nun seit über 15 Jahren hartnäckig hält.

Besonders auffällig ist dabei eine Gruppe: CEOs und Geschäftsleitungsmitglieder. Gerade auf LinkedIn, dem Business-Netzwerk schlechthin. Die meisten haben zwar ein Profil, das leider mehr

schlecht als recht bewirtschaftet wird. Keine Lust oder keine Zeit sind Ausreden. Der Grund, warum sie nicht sichtbar und aktiv sind, ist ein fehlendes Verständnis dafür, dass digitale Sichtbarkeit neu Teil der Rolle eines Geschäftsleitungsmitglieds ist – oder eben sein sollte.

Spätestens während der Pandemie hätte klar werden müssen, dass digitale Netzwerke die neuen Kommunikationsräume sind – und zwar generationsübergreifend. Stattdessen höre ich bis heute Sätze wie: «Das ist ein Zirkus, da mache ich nicht mit.» Oder: «Dafür haben wir ja ein Marketing-Team.»

CEOs, die sich sichtbar machen, wirken menschlich. Intern werden sie zu Orientierungspunkten in unsicheren Zeiten. Extern zu Stimmen mit Einfluss. Nicht, weil sie lauter sind, sondern weil sie da sind: präsent, digital und nahbar.

Social CEOs müssen nicht jeden Tag posten. Aber sie müssen anerkennen, dass sie dort präsent sein müssen, wo die Zielgruppe «lebt». Wer das verschläft, verpasst keinen Trend, sondern eine zentrale Führungsaufgabe im digitalen Zeitalter. Mehr zum Thema erfährst du in meinem Artikel «Social CEO – der unterschätzte Wettbewerbsfaktor für Unternehmen» aus der Dezember-Ausgabe 2025 von personalSCHWEIZ.

«Einfach gedacht» ist die neue regelmässige Kolumne von Selma Kuyas.



**Selma Kuyas** ist Inhaberin von Selma Kuyas Consulting und berät Unternehmen beim Aufbau von Corporate-Influencer-Programmen. Sie entwickelt die Personenmarken von Management- und Geschäftsleitungsmitgliedern. Weiter führt sie als offizielle LinkedIn-Learning-Trainerin Workshops und Trainings für Corporate Teams durch. Es folgen ihr rund 50 000 Personen auf LinkedIn.