Berufsbild Chief Bullshit Officer exposed: Wahrheit entlarvt

Category: Opinion
geschrieben von Tobias Hager | 29. August 2025



Berufsbild Chief Bullshit Officer exposed: Wahrheit entlarvt

Sie sitzen in Meetings, werfen mit Buzzwords um sich wie andere mit Kugelschreibern – und werden trotzdem gefeiert: Die Rede ist vom Chief Bullshit Officer, einer Spezies, die zwischen Kicker-Tisch und Zoom-Call den digitalen Fortschritt ausbremst. Wir haben uns das Berufsbild angeschaut, den Mythos entzaubert und liefern dir knallharte Fakten, wie viel heiße Luft wirklich hinter dem CBO steckt. Spoiler: Wer jetzt noch an den Chief Bullshit Officer glaubt, glaubt auch an SEO ohne Technik und Marketing ohne Daten. Willkommen bei der gnadenlosen Demaskierung eines modernen Irrtums.

- Chief Bullshit Officer: Was steckt wirklich hinter dem Titel und warum tauchen sie überall auf?
- Die Top-Bullshit-Bingo-Begriffe und wie sie Unternehmen ausbremsen
- Warum der Chief Bullshit Officer ein Symptom für mangelnde Digitalkompetenz ist
- Wie man den CBO im Unternehmen erkennt – und wie man ihn loswird
- Die wichtigsten Anti-Bullshit-Strategien für Teams, Abteilungen und Führungskräfte
- Tools und Methoden, um heiße Luft zu entlarven und echte Ergebnisse zu messen
- Warum echte Transformation technisches Know-how braucht – und keine Buzzword-Feuerwerke
- Step-by-Step: So schützt du deine Organisation vor dem Bullshit-Faktor
- Was wirklich zählt: Substanz, Daten, Umsetzung – statt Präsentation und Selbstdarstellung
- Fazit: Chief Bullshit Officer exposed – Zeit, die Kontrolle zurückzuholen

Der Chief Bullshit Officer ist längst kein Scherz mehr, sondern traurige Realität im deutschen Mittelstand und in hippen Digitalagenturen. Während das LinkedIn-Profil vor lauter Innovations-Sprechblasen glüht, verpassen Unternehmen im Hintergrund die echten Trends: Automatisierung, Datenkompetenz, sauberes Online-Marketing. Die Wahrheit: Wer Bullshit produziert, verhindert Wertschöpfung. Und der Chief Bullshit Officer ist der personifizierte Bremsklotz in einem digitalen Wettrennen, das längst entschieden wird – von denen, die Technik und Substanz liefern, statt Worthülsen zu jonglieren.

Das Berufsbild Chief Bullshit Officer – abgekürzt CBO – ist ein Symptom einer Branche, die sich zu oft mit sich selbst beschäftigt. Zwischen Agilität, Disruption und Synergien geht der Blick für das Wesentliche verloren: echte, messbare Resultate. CBOs tarnen sich als Innovationsführer, sind aber in Wahrheit Experten für leere Versprechungen, KPI-Verschleierung und das Aufblasen von Meetings zu pseudowichtigen Events. Wer auf sie hört, bleibt stehen. Wer sie entlarvt, kommt voran.

In diesem Artikel zerlegen wir das Berufsbild Chief Bullshit Officer – technisch, schonungslos und mit der nötigen Portion Zynismus. Wir erklären, wie man Bullshit erkennt, warum er so gefährlich ist und wie du dein Unternehmen immun machst. Die Zeit für Ausreden ist vorbei. Willkommen bei der radikalen Wahrheit. Willkommen bei 404.

Chief Bullshit Officer: Definition, Herkunft und die

beliebtesten Buzzwords

Der Chief Bullshit Officer – oder kurz CBO – ist kein offizieller Titel, aber ein geflügeltes Wort in der digitalen Wirtschaft. Er steht für denjenigen, der in Unternehmen dafür verantwortlich ist, heiße Luft zu produzieren, anstatt echte Ergebnisse zu liefern. CBOs sind Meister im Präsentieren, Delegieren und Kaschieren. Sie lieben PowerPoint-Slides, sprechen in Anglizismen und machen aus Meetings ein Bullshit-Bingo. Doch woher kommt das Phänomen?

Die Herkunft des Berufsbilds liegt in der wachsenden Komplexität von Online-Marketing, Digitalisierung und Technologie. Je weniger Entscheider wirklich verstehen, was da draußen passiert, desto mehr Raum bekommen CBOs. Sie besetzen die Leerstelle zwischen Management und Tech – mit inhaltsleeren Phrasen, Vision-Statements und Innovations-Workshops, die außer schönen Fotos nichts produzieren. Für kritische Beobachter ist das längst ein Markenzeichen deutscher Digitalpolitik und Konzernkultur.

Die beliebtesten Buzzwords des Chief Bullshit Officer: “Digital Leadership”, “Agile Transformation”, “Customer Centricity”, “Disruptive Mindset”, “Synergy Creation”, “Scalable Solutions”, “Growth Hacking”, “Holistic Approach”. Alles Begriffe, die in keinem Meeting fehlen dürfen – und deren Bedeutung selten hinterfragt wird. Wer sie inflationär benutzt, signalisiert: Hier wird mehr geredet als umgesetzt.

Warum ist das ein Problem? Weil Bullshit Zeit, Geld und Nerven kostet. Während der CBO seine Worthülsen abfeuert, bleiben echte Herausforderungen ungelöst: Technische Defizite, Datenchaos, veraltete Prozesse. Die Folge: Stagnation, Frust und Wettbewerbsverlust. Und das in einer Zeit, in der Geschwindigkeit, Effizienz und Tech-Know-how zählen – nicht die schönste Präsentation.

Bullshit-Bingo im Online-Marketing: Wie der Chief Bullshit Officer echten Fortschritt blockiert

Im Online-Marketing ist der Chief Bullshit Officer besonders gefährlich. Hier reicht es längst nicht mehr, hübsche Kampagnen zu basteln und KPIs zu beschönigen. Wer heute mit SEO, SEA, Content-Marketing oder MarTech punkten will, braucht Substanz: Technische Exzellenz, Datenkompetenz und die Bereitschaft, sich ständig weiterzuentwickeln. CBOs dagegen liefern das Gegenteil: Sie machen aus Banalitäten große Ankündigungen, tarnen Misserfolge als “Learnings” und verlagern die Verantwortung immer auf andere.

Typische Bullshit-Bingo-Moves im Marketing:

- Jede Zielgruppenanalyse wird zur “360°-Customer-Journey” aufgeblasen, ohne dass echte Daten dahinterstehen.
- Keyword-Strategien werden mit “holistischem Content” verkauft, doch technisches SEO bleibt liegen.
- Conversion-Optimierung wird als “Growth Hacking” verkauft, aber die Seite lädt immer noch in 7 Sekunden.
- Jeder Bug wird als “Feature mit Verbesserungspotential” beschönigt.
- Erfolg wird an der Anzahl der Meetings gemessen, nicht am Umsatz oder an Leads.

Das Ergebnis: Marketingabteilungen, die im Nebel stochern, anstatt datenbasiert zu agieren. Tools werden eingeführt, ohne sie zu verstehen. Dashboards blinken, aber niemand weiß, was sie bedeuten. Und während der Chief Bullshit Officer die nächste “Disruptive Campaign” ankündigt, fährt der Wettbewerb mit echten technischen Skills an einem vorbei.

Die Wahrheit: Ohne Tech-Stack, Datenstrategie und operatives Know-how bleibt jedes Marketing nur Kosmetik. CBOs verhindern Fortschritt, weil sie die falschen Prioritäten setzen – und das Unternehmen zur Bühne für heiße Luft machen.

Chief Bullshit Officer erkennen: Symptome, Risiken und die Folgen für Unternehmen

Den Chief Bullshit Officer zu erkennen, ist nicht schwer – wenn man weiß, worauf man achten muss. Die Symptome sind überall dieselben: Viel Gerede, wenig Substanz. Präsentationen, die mehr Fragen aufwerfen als beantworten. Prioritäten, die sich wöchentlich ändern. Und ein Hang dazu, jede technische Diskussion mit “strategischer Perspektive” zu ersticken.

Checkliste: So erkennst du einen CBO im Unternehmen:

- Meetings werden regelmäßig mit Buzzword-Bingos eröffnet und enden ohne konkrete To-dos.
- Ergebnisse werden nie mit Daten oder Fakten belegt – es zählt nur, wie etwas klingt.
- Technische Probleme werden ignoriert oder schöngeredet (“Das ist gar nicht so schlimm, das lösen wir mit Change Management”).
- Strategie ist wichtiger als Umsetzung; “Big Picture” ersetzt echte Roadmaps.
- Verantwortung wird nach unten delegiert, Lob aber immer nach oben gezogen.

Die Risiken für Unternehmen sind immens. Wo Bullshit regiert, bleibt die Substanz auf der Strecke. Projekte scheitern, weil niemand die Technik

versteht. Budgets verpuffen in Workshops und Beratung, anstatt in echte Optimierung zu fließen. Die besten Mitarbeiter gehen, weil sie keinen Bock mehr auf Worthülsen haben. Und die Konkurrenz? Holt auf – mit weniger Gerede, aber mehr Umsetzungskraft.

Wer einen Chief Bullshit Officer zu lange gewähren lässt, riskiert den digitalen Stillstand. Und das in einer Zeit, in der Geschwindigkeit, Effizienz und technisches Know-how alles sind. Wenn du in deinem Unternehmen einen CBO erkennst, ist es Zeit zu handeln – radikal, ehrlich und mit einem klaren Fokus auf Substanz.

Anti-Bullshit-Strategien: So eliminierst du heiße Luft aus deinem Unternehmen

Der Kampf gegen den Chief Bullshit Officer ist kein Sprint, sondern ein Marathon. Es reicht nicht, ein paar Phrasen zu verbannen – es braucht einen Kulturwandel. Ziel: Weg von Worthülsen und Präsentation, hin zu Substanz, Daten und echter Umsetzung. Hier sind die wirkungsvollsten Anti-Bullshit-Strategien, die du sofort implementieren kannst:

- Datenbasierte Entscheidungen: Jeder Vorschlag, jede Strategie und jedes Meeting braucht belastbare Daten. Keine Zahlen? Kein Projekt.
- Transparente Ziele: Klare Zieldefinitionen, die messbar und überprüfbar sind – keine schwammigen Visionen oder “Big Pictures”.
- Technische Kompetenz fördern: Weiterbildung in SEO, Analytics, IT und MarTech ist Pflicht – für alle. Wer die Technik nicht versteht, wird nicht befördert.
- Fehlerkultur etablieren: Fehler werden offen angesprochen, nicht verschleiert. Nur so lernt das Team – und der CBO verliert an Einfluss.
- Meetings mit Outcome-Garantie: Jeder Termin muss ein Ziel und To-dos haben. Wer das nicht liefern kann, bleibt draußen.
- Tools für Transparenz: Setze auf Monitoring, Dashboards und Analytics, die für alle verständlich sind. Keine Blackboxes, keine Ausreden.

Wer diese Strategien radikal umsetzt, entzieht dem Chief Bullshit Officer die Grundlage. Mit jeder Datenanalyse, jedem technischen Audit und jeder offenen Diskussion schrumpft sein Einfluss. Denn Bullshit wächst nur im Schatten fehlender Transparenz und schwacher Digitalisierung.

Die ultimative Waffe: Technische Exzellenz. Je stärker das technische Fundament, desto weniger Platz bleibt für heiße Luft. Wer Technik versteht, kann nicht mehr verarscht werden – und hat automatisch die besseren Karten im digitalen Wettkampf.

Step-by-Step: So schützt du dein Team vor dem Chief Bullshit Officer

Es ist Zeit, die Luft rauszulassen. Mit diesen Schritten eliminierst du den Einfluss des Chief Bullshit Officer und baust eine Organisation, die auf Substanz statt auf Schein setzt:

1. Bullshit-Radar schärfen:
   Führe regelmäßige Retrospektiven durch. Frage nach: “Welche unserer Meetings, Reports oder Projekte bringen wirklich Ergebnisse?” Alles andere wird gnadenlos gestrichen.
2. Technisches Grundverständnis sichern:
   Mache Tech-Trainings zum Pflichtprogramm. Von SEO, Web-Analytics bis Conversion-Optimierung – jeder muss die Basics beherrschen. CBOs haben hier keine Chance mehr, weil sie auffliegen.
3. Daten in den Mittelpunkt rücken:
   Jeder Pitch, jede Maßnahme, jedes Budget braucht einen messbaren Business-Impact. Kein Data Proof? Kein Go.
4. Outcomes messen, nicht Output:
   Erfolge werden an Ergebnissen gemessen, nicht an der Anzahl von Projekten oder Meetings. Wer nur viel redet, fliegt auf.
5. Feedback-Kultur stärken:
   Ermutige kritische Fragen – vor allem an “Vordenker”. Wer keine Substanz liefert, wird entlarvt.

Mit diesen Maßnahmen wird aus deinem Team eine Bullshit-resistente Einheit. Der Chief Bullshit Officer verliert seinen Einfluss – und echte Innovation, digitale Transformation und technischer Fortschritt ziehen endlich ein.

Fazit: Chief Bullshit Officer exposed – Jetzt zählt Substanz, nicht Schein

Der Chief Bullshit Officer ist kein Witz – er ist eine reale Bedrohung für jedes Unternehmen, das Digitalisierung ernst meint. Sein größtes Kapital: Unwissenheit, Intransparenz und ein Umfeld, das lieber redet als handelt. Wer den CBO entlarvt, setzt auf Technik, Daten und Umsetzung. Und genau das sind die Faktoren, die 2025 und darüber hinaus über Erfolg oder Scheitern entscheiden.

Die gute Nachricht: Es ist nie zu spät, die Kontrolle zurückzuholen. Wer aufhört, auf Worthülsen zu hören, und stattdessen auf Substanz, technische

Exzellenz und echte Resultate setzt, entzieht Bullshit den Nährboden. Der Chief Bullshit Officer ist exposed – und mit ihm das ganze System der Selbsttäuschung. Zeit, aufzuwachen. Zeit für echte Arbeit. Willkommen bei der Realität. Willkommen bei 404.