

---

## Chatbots im Kundenservice

08.03.2017, 11:29 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Foxim UG*

---



Messaging wird immer populärer

### Zeitalter der Conversational Experience

Laut einer Studie des Onlineportals Quartz laden sich ganze 66% der amerikanischen Bevölkerung überhaupt keine Apps mehr herunter. Gleichzeitig nutzen jedoch bereits 2,5 Milliarden Menschen weltweit eine Messenger Applikation. Auch in Deutschland zählt 69% der Bevölkerung zu der aktiven Nutzerschaft einer oder mehrerer Instant Messenger. Die oftmals als zu komplex und eingeschränkt empfundenen Benutzeroberflächen in klassischen Apps verschwinden nach und nach, um ihren Platz der intuitiven „Conversational Experience“ zu überlassen. Immer größer wachsende Messaging Apps werden somit zu ganzen Plattformen umgestaltet. Der Kunde erwartet dabei zunehmend auch mit Firmen per Chat kommunizieren zu können. Dabei möchte er mit Unternehmen in einen Dialog treten und dies über den für ihn passenden Kanal. Sei es nun in einer Messaging App, den sozialen Netzwerken oder auf den individuellen Firmenseiten.

Firmen, die diese Entwicklung frühzeitig erkennen und sich zu Nutzen machen, werden sich einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Dies bedeutet jedoch auch, sich auf diese „Always-on“ Kommunikation einzulassen. In den Dialog mit Kunden zu treten resultiert in einem Zwang, Anfragen schneller und direkter zu beantworten. Dabei sehen sich besonders kleinere Unternehmen damit konfrontiert, dass sich eine Abstimmung oder Schaffung von Ressourcen für eine derartige Kommunikation (noch) nicht zu lohnen scheint.

### Neue technische Möglichkeiten

Die Entwicklung hin zur Conversational Experience hängt unmittelbar mit den neuen technischen Möglichkeiten in der Sprachverarbeitung zusammen. Schon in den frühen 90er Jahren waren menschliche Interaktionen mit Sprachdialogsystemen zu beobachten. Heute lässt sich über textbasierte Chatbots sowie digitale Sprachassistenten auf eine natürlichere Art und Weise mit künstlicher Intelligenz kommunizieren. Immer größere Fortschritte in den Bereichen der natürlichen Sprachverarbeitung sowie im Machine-Learning führen dabei zu immer „besseren“ Konversationen mit Chatbots. In der Regel sind Chatbots in Messaging-Anwendungen wie Facebook Messenger, WeChat, SMS oder aber auf einer Website im Web-Chat eingebettet. Im Gegensatz zu einer grafischen Benutzeroberfläche, wie zum Beispiel einer Website oder einer mobilen App, verarbeitet ein Chatbot dabei Informationen über textbasierten Chat, und führt ein

Gespräch mit dem Benutzer in natürlicher Sprache.

Vom Chatbot Hype zum Chatbot Kater

Spätestens als Mark Zuckerberg im April 2016 den Facebook Messenger als Plattform zur Kommunikation mit Unternehmen positionierte, machte sich eine Horde von Entwicklern daran, Chatbots für alle möglichen Anwendungsbereiche zu entwickeln. So gehörten Marketing-Profis zu den ersten, die sich eine höhere Kundenbindung vom Einsatz kreativer Chatbots versprachen.

Doch die erste große Euphoriewelle scheint nun abgeflacht zu sein. Vor zwei Wochen veröffentlichte das Tech-Portal „The Informant“ eine Studie, nach der nur 30% der mit künstlicher Intelligenz angetriebenen Bots Anfragen ohne menschliche Unterstützung abschließen können. Chatbots scheinen Ihrem Hype nicht gerecht zu werden. Vorschnell wurden sie als persönliche, virtuelle Assistenten platziert, welche den Kunden intelligent in seiner Kaufentscheidung beraten können. Doch wer sich von den digitalen Assistenten eine zu 100 Prozent treffende Beratung, mehr noch eine emotionale Ansprache oder Hilfestellung erhoffte, wurde enttäuscht.

Bots sind großartig für die einfache, gelegentliche Fragestellung: "Ich weiß was ich will, gib mir die Antwort so schnell und unkompliziert wie du kannst." Doch beim virtuellen Shopping wissen die Verbraucher oft nicht genau, was sie wollen. Sie möchten frei und ungebunden nach Angeboten stöbern. Sie wollen begeistert, überzeugt und überrascht werden. All das können Chatbots noch nicht leisten. Ihnen fehlt es schlicht an emotionaler Intelligenz.

Großes Potenzial im Bereich des Kundenservice

Doch gerade in Anwendungsbereichen, in denen der Kunde schon im Vorhinein genau weiß, was er möchte und das Ziel der Konversation klar vorgibt, können Chatbots bereits ihr enormes Potenzial entfalten:

"Wo bleibt meine Bestellung?"

"Wie lautet mein Kundenkennwort?"

"Wie viel berechnen Sie für den Versand?"

Im Bereich des Kundenservice sahen sich Kunden in der Vergangenheit gezwungen, diese simplen Fragen auf Webseiten oder in mobilen Anwendungen durch viele Klicks zu klären oder sich durch einen Frage-Antwort-Katalog zu mühen. Die Alternative bedeutete, in endlosen Warteschleifen am Telefon zu verharren oder das gleiche in einem Live-Chat zu tun.

Heutzutage ermöglichen Chatbots dem Kundenservice, einfache und zielgerichtete Anfragen zu übernehmen. Mit einer Kombination aus künstlicher Intelligenz und regelbasiertem Natural Language Understanding interpretieren sie die Frage, verstehen den Grund der Anfrage und beantworten diese automatisiert. Sollte die Antwort auf eine Frage zunächst ein paar Informationen erfordern (z.B.: „wie lautet Ihre Bestellnummer?“), können diese in einem kurzen Gespräch mit dem Kunden ermittelt werden, bevor der Bot die Antwort aus dem Backend-System nach oben befördert. Wird die Absicht des Nutzers nicht erfolgreich erkannt oder darf die Anfrage nicht automatisiert beantwortet werden, kann der Bot dennoch dem Kunden Feedback geben und einen "Transfer" des Dialogs zu einem passenden Kundendienstmitarbeiter einleiten.

Dabei hat eine textbasierte Spracherkennung weitere Vorteile, wie z.B. eine genauere Auswertung der Kundenkommunikation oder der automatisierte Aufbau einer Wissensbasis. In diesen klar abgegrenzten Anwendungsbereichen können auch heutige Systeme schon intelligent hinzulernen und künftige Anfragen zunehmend automatisieren.

Chatbots sind kein Allzweckmittel

Beachten Sie jedoch: Bots sind nach wie vor nur Bots. Zum einen können gerade Bots mit menschenähnlichen Persönlichkeiten (wie z.B. Siri) den Kunden extrem frustrieren, wenn sie nur eine begrenzte Funktionalität liefern. Der ideale Kundenservice von heute kombiniert daher die Leistung von Bots mit der emotionalen Intelligenz von Menschen. Denn hat ein Kunde einen Punkt der Frustration erreicht, wird ihn eine automatische Antwort nicht besänftigen können.

Zum anderen sind menschliche Interaktionen anfangs besonders wichtig, um den Bot spezifisch zu trainieren. Denn auch in klar definierten Bereichen muss die künstliche Intelligenz erst "kalibriert" werden. Dabei wird klar, dass es durch den Einsatz von Chatbots unweigerlich zu Situationen kommt, für die der Bot noch nicht trainiert ist.

Um diese zwei Nachteile zu umgehen, sollte zunächst bewusst auf unnötige Texteingaben verzichtet werden. So kann die natürliche Spracheingabe verstärkt mit Schnell-Buttons kombiniert werden, um den Kunden nicht in untrainierten Dialogen zu verstricken. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in einem simplen Bot-Fluss, der Kunden einen klaren Nutzen verspricht und darüber hinaus dem Kunden noch die Möglichkeit bietet, eine reale Person zu erreichen, wenn er dies für notwendig hält. Simple Abfragen über Lieferstatus, Produktupgrades, Retouren, FAQs, etc. sind dabei das beste Mittel, um die Kundenerfahrung zu verbessern und stärkere Kundenbeziehungen aufzubauen.

Die Zukunft beginnt jetzt

Die Technologie hinter Chatbots steckt noch in den Anfängen. Gerade im Bereich der virtuellen Assistenten scheint der Weg hin zu einer völlig natürlich geführten Unterhaltung noch in einiger Ferne zu liegen. Mit Blick auf die aktuellen technischen Möglichkeiten eignen sich daher einfache, stets wiederkehrende Szenarien am besten für eine Automatisierung. Wer sich schon jetzt mit den digitalen Helferlein beschäftigt, wird in der Zukunft erhebliche Ressourcen einsparen, gleichzeitig seinen Kunden einen echten Mehrwert bieten und sich so den entscheidenden Wettbewerbsvorteil sichern.

Mehr zu Chatbot Lösungen im Kundenservice unter [www.foxim.de](http://www.foxim.de)

## Portrait

Foxim steht für neue, innovative Chatbot-Lösungen im Bereich des Kundenservice. Mit seiner Smart Messaging Plattform begleitet Foxim Unternehmen auf Ihrem Weg in die Zukunft des Conversational Commerce.

---

News-ID: 942048 • Views: 528 (Stand: 07.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/942048/Chatbots-im-Kundenservice.html>