

KI im Kundenservice: Nur fünf der DAX 40-Unternehmen nutzen Chatbots

- **Die GISMA University of Applied Sciences hat die Erreichbarkeit der Kundenservices der DAX 40-Unternehmen untersucht**
- **E.ON und Volkswagen bieten die meisten Kontaktmöglichkeiten an**
- **Nur 13 Prozent der Unternehmen setzen auf Chatbots**

Potsdam, 04. Mai 2023 – ChatGPT ist seit Anfang des Jahres in aller Munde und treibt die Debatte über den Einsatz von Künstlicher Intelligenz in unterschiedlichsten Bereichen stark voran. Auch im Kundenservice bieten Chatbots und KI große Vorteile: Schnelle Antworten auf Anfragen, ständige Verfügbarkeit, Zeitersparnis und bessere Kundenzufriedenheit. Trotzdem nutzen nur 13 Prozent der DAX 40-Unternehmen Chatbots. Das hat eine Untersuchung der GISMA University of Applied Sciences (www.gisma.com) ergeben.

Neben Telefon und E-Mail geben die meisten Unternehmen immer noch eine Faxnummer an

Bei allen DAX 40-Unternehmen findet man eine Telefonnummer, auch wenn es sich dabei teilweise nur um einen Verweis im Impressum und nicht um eine ausgewiesene Kundenhotline handelt. Per Anruf kann man die meisten Unternehmen aber natürlich nur tagsüber zu regulären Geschäftszeiten erreichen. Ebenfalls beliebt ist der Kontakt via E-Mail – Kund*innen können an 33 der 40 Unternehmen (83 Prozent) E-Mails schicken. Auf Platz drei der am häufigsten angegebenen Kontaktmöglichkeiten befindet sich das Fax: Mehr als die Hälfte der Unternehmen (60 Prozent) geben eine Faxnummer an. Dabei kann die Übermittlung personenbezogener Daten mittels Fax ein Verstoß gegen die DSGVO sein.

Live-Chats und Chatbots werden kaum genutzt

Bislang bieten sechs Unternehmen (15 Prozent) einen Kunden- bzw. Live-Chat mit Mitarbeiter*innen an, nur fünf Unternehmen (13 Prozent) nutzen Chatbots – zu wenig, findet Prof. Dr. Mohammad Mahdavi, Professor für Data Science an der GISMA University of Applied Sciences. *„Chatbots werden im Kundenservice eingesetzt, um eine schnelle und effiziente Unterstützung für Kund*innen zu bieten. Darüber hinaus können sie auch repetitive und einfache Anfragen bearbeiten, um den Service-Mitarbeiter*innen Zeit zu sparen, die sich dann auf komplexere Anfragen konzentrieren können. Obwohl Chatbots und künstliche Intelligenz im Kundenservice viele Vorteile bringen, nutzen nur wenige der untersuchten Unternehmen die Potenziale“*, erklärt der IT-Experte.

Kontaktaufnahme über die sozialen Medien möglich

Auch wenn die sozialen Medien keine klassischen Kundenkontaktmöglichkeiten darstellen, können Kund*innen auch über Facebook, Instagram und Twitter über Direktnachrichten die Unternehmen erreichen: Alle DAX 40-Unternehmen sind in den sozialen Medien vertreten. 93 Prozent sind auf Twitter, 86 Prozent auf Facebook und 83 Prozent auf Instagram – ob man hier auch auf kundenspezifische Probleme Antworten erhält, ist natürlich nicht garantiert.

E.ON und Volkswagen bieten sieben verschiedene Kontaktmöglichkeiten

Die meisten Kontaktmöglichkeiten finden Kund*innen bei E.ON und Volkswagen: Sieben der neun untersuchten Optionen werden bei den beiden Unternehmen angeboten. Während bei E.ON die digitale Assistentin Anna zur Verfügung steht, können Verbraucher*innen bei Volkswagen mit einem Menschen chatten, insofern gerade einer verfügbar ist. Die wenigsten Kontaktmöglichkeiten bieten Infineon, Daimler Truck und Brenntag – die drei Unternehmen können Kund*innen nur per Telefon, E-Mail oder den sozialen Medien erreichen.

„Viele Firmen glauben fälschlicherweise, dass der Einsatz von Chatbots und KI-Systemen die menschliche Interaktion ersetzt und die Kundenerfahrung beeinträchtigt – dabei sollen die Technologien die menschliche Interaktion eher unterstützen und verbessern. Weitere Gründe könnten die Komplexität der Implementierung, die Kosten und ein Mangel an Vertrauen sein. Ich finde es sehr überraschend, dass Deutschlands größte Unternehmen die Vorteile von Chatbots und KI-Systemen im Kundenservice noch nicht erkannt haben. Um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, sollten alle Unternehmen in KI in verschiedenen Bereichen investieren. Die Tatsache, dass nur 13 Prozent überhaupt bereit für Chatbots sind, zeigt uns, dass hier Innovationsbedarf besteht.“

*An der GISMA legen wir großen Wert darauf, unseren Studierenden nicht nur die Funktionsweise, sondern auch die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von Künstlicher Intelligenz zu vermitteln und sie so bestmöglich auf den zunehmend digitalen Arbeitsmarkt vorzubereiten. Aber auch die Arbeitgeber*innen müssen offen für neue Technologien sein und deren Potenzial erkennen,“* sagt Mahdavi.

Über die Untersuchung

Die GISMA University of Applied Sciences hat die DAX 40-Unternehmen auf folgende Kundenkontaktmöglichkeiten untersucht: Hotline/Telefon, E-Mail, Fax, Kontaktformular, Whatsapp, Kunden-/Live-Chat, FAQ und die sozialen Medien. Dafür wurden die offiziellen Unternehmensseiten und den offiziellen Social Media-Kanälen analysiert.

Über GISMA University of Applied Sciences

Die GISMA University of Applied Sciences ist eine in Potsdam ansässige, staatlich anerkannte Hochschule mit internationalen Studierenden sowie erfahrenen Professor*innen und Dozent*innen aus der ganzen Welt, die Bachelor- und Master-Abschlüsse verleiht. Seit ihrer Gründung im Jahr 1999 bereitet die GISMA den Weg für talentierte und qualifizierte Menschen in die internationale Berufswelt. Die unterschiedlichen Hintergründe, Nationalitäten, Kulturen und Religionen der Mitglieder der Hochschule sind Nährboden für Kreativität und Innovation sowie ein nachhaltiges und friedliches Miteinander. Für die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden und die Hochschulkultur der GISMA ist die Internationalität profilbildend. Die Unterrichts- und Geschäftssprache der Hochschule, mit Sitz in Potsdam und einem weiteren Standort in Berlin, ist Englisch. Der jüngste Campus in Potsdam, die GISMA University of Applied Sciences, wurde 2021 in Betrieb genommen.

Pressekontakte

Klaas Geller | klaas.geller@tonka-pr.com | +49.17674717519

Pia Senkel | pia.senkel@tonka-pr.com | +49.1733702649