

## **KI im Kundenservice: Nur neun der 50 größten Onlineshops nutzen Chatbots**

- **Die GISMA University of Applied Sciences untersuchte die 50 größten deutschen Onlineshops auf die Erreichbarkeit ihrer Kundenservices**
- **Otto und S. Oliver bieten die meisten Kontaktmöglichkeiten an**
- **Nur 18 Prozent der Onlineshops verwenden überhaupt Chatbots**

**Potsdam, 26. Juni 2023** – Im Kundenservice versprechen Chatbots und KI Vorteile, wie zum Beispiel schnelle Antworten auf Anfragen, ständige Verfügbarkeit, Zeitersparnis und höhere Kundenzufriedenheit. Dennoch nutzen nur 18 Prozent der 50 größten Onlineshops Deutschlands Chatbots. Das hat eine Untersuchung der GISMA University of Applied Sciences ([www.gisma.com](http://www.gisma.com)) ergeben.

### **Kundenservice über Social Media und Telefon werden am häufigsten angeboten**

Soziale Netzwerke bieten Unternehmen die Möglichkeit, mit ihren Kunden zu kommunizieren und sie über Neuigkeiten zu informieren. Die umsatzstärksten Online-Shops sind ausnahmslos auch in den sozialen Medien vertreten, wenn auch manchmal auf unterschiedlichen Plattformen. Dahinter folgt der Telefonservice, der von 47 der 50 größten deutschen Onlineshops zur Beantwortung von Fragen angeboten wird. Lediglich die Großkonzerne Amazon und Shein, aber auch das Unternehmen Flaschenpost verzichten auf einen telefonischen Kundenservice. Auf Platz drei befindet sich die E-Mail als Kontaktmöglichkeit mit 40 Unternehmen, die auf diese Weise erreicht werden können.

### **Chatbots und Rückrufservices bilden die Schlusslichter der angebotenen Kontaktmöglichkeiten**

30 Prozent der größten deutschen Onlineshops bieten Kunden- bzw. Live-Chats mit Service-Mitarbeiter\*innen an. Chatbots liegen mit 18 Prozent noch weiter zurück – ein erstaunliches Ergebnis, findet Prof. Dr. Mohammed Mahdavi, Professor für Data Science an der GISMA University of Applied Science. *„Ein Vorteil von Onlineshops ist es, jederzeit für Kundinnen und Kunden zum Shopping erreichbar zu sein. Dies birgt jedoch Tücken in sich, da rund um die Uhr Fragen oder etwaige Probleme entstehen können, die bearbeitet werden müssen. Chatbots stellen hier eine geeignete Lösung dar, da sie in der Lage sind, einfache Fragen auch außerhalb der Geschäftszeiten zu beantworten. So können Service-Mitarbeiter\*innen nachhaltig entlastet und Kunden und Kundinnen besser betreut werden“.*

### **Social Media: 98 Prozent der Onlineshops haben einen Instagram-Account**

Die Messenger von Social-Media-Plattformen wie Instagram, Facebook und Twitter dienen ebenfalls als Anlaufstellen bei Problemen und Fragen von Kunden und Kundinnen. Insgesamt 98 Prozent der Unternehmen haben einen Instagram-Account, 94 Prozent einen Facebook-Account. Auf Twitter sind die Onlineshops seltener vertreten, lediglich 33 der 50 Unternehmen (66 Prozent) besitzen einen Twitter-Account, bei denen zudem nicht deutlich wird, ob dort auf Anfragen ihrer Kundinnen und Kunden eingegangen wird.

### **Otto bietet die meisten Kontaktmöglichkeiten an, dicht gefolgt von S. Oliver**

Im Schnitt bieten die von der GISMA untersuchten Onlineshops fünf Kontaktmöglichkeiten an. Bei dem Einzelhandelsunternehmen Otto können Kundinnen und Kunden den Kundenservice sogar über acht der neun untersuchten Kontaktmöglichkeiten erreichen. Damit ist Otto der Spitzenreiter des Rankings. Auf Platz zwei befindet sich der Online-Modeshop von S. Oliver mit sieben verschiedenen Kontaktmöglichkeiten. Den dritten Platz teilen sich gleich sieben Onlineshops mit sechs Kontaktmöglichkeiten.

Der Fast-Fashion-Gigant aus China Shein ist in der Untersuchung das Unternehmen mit den wenigsten Kontaktmöglichkeiten für Kunden und Kundinnen – mit gerade einmal zwei Kundenservice-Angeboten.

*„Kontaktmöglichkeiten, die nur tagsüber zu den regulären Geschäftszeiten angeboten werden, reichen häufig nicht mehr aus, um einerseits die Masse an Anfragen zu bewältigen und andererseits dem asynchronen Online-Einkaufsverhalten gerecht werden. Chatbots und KI-Systeme können aktiv die menschliche Interaktion unterstützen und verbessern. Ich finde es überraschend, dass Onlineshops, die von positiven Kundenerlebnissen leben, das Potenzial von Chatbots noch nicht erkannt haben. Dass weiterhin Innovationsbedarf besteht, zeigen uns die 82 Prozent der Onlineshops, die immer noch keine KI-Systeme implementiert haben.“*

*Mit Blick in die Zukunft liegt uns die Vermittlung der vielseitigen Einsatzbereiche von Künstlicher Intelligenz an unsere Studierenden besonders am Herzen. So werden sie von uns bestmöglich auf den zunehmend digitalisierten Arbeitsmarkt vorbereitet. Dazu müssen jedoch Arbeitgeber\*innen das Potenzial erkennen und zusammen mit ihren Arbeitskräften an einem Strang ziehen,“* sagt Mahdavi.

### **Über die Untersuchung**

Die GISMA University of Applied Sciences hat die 50 größten deutschen Onlineshops 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](mailto:klaas.geller@tonka-pr.com) | +49.17674717519

Pia Senkel | [pia.senkel@tonka-pr.com](mailto:pia.senkel@tonka-pr.com) | +49.1733702649

