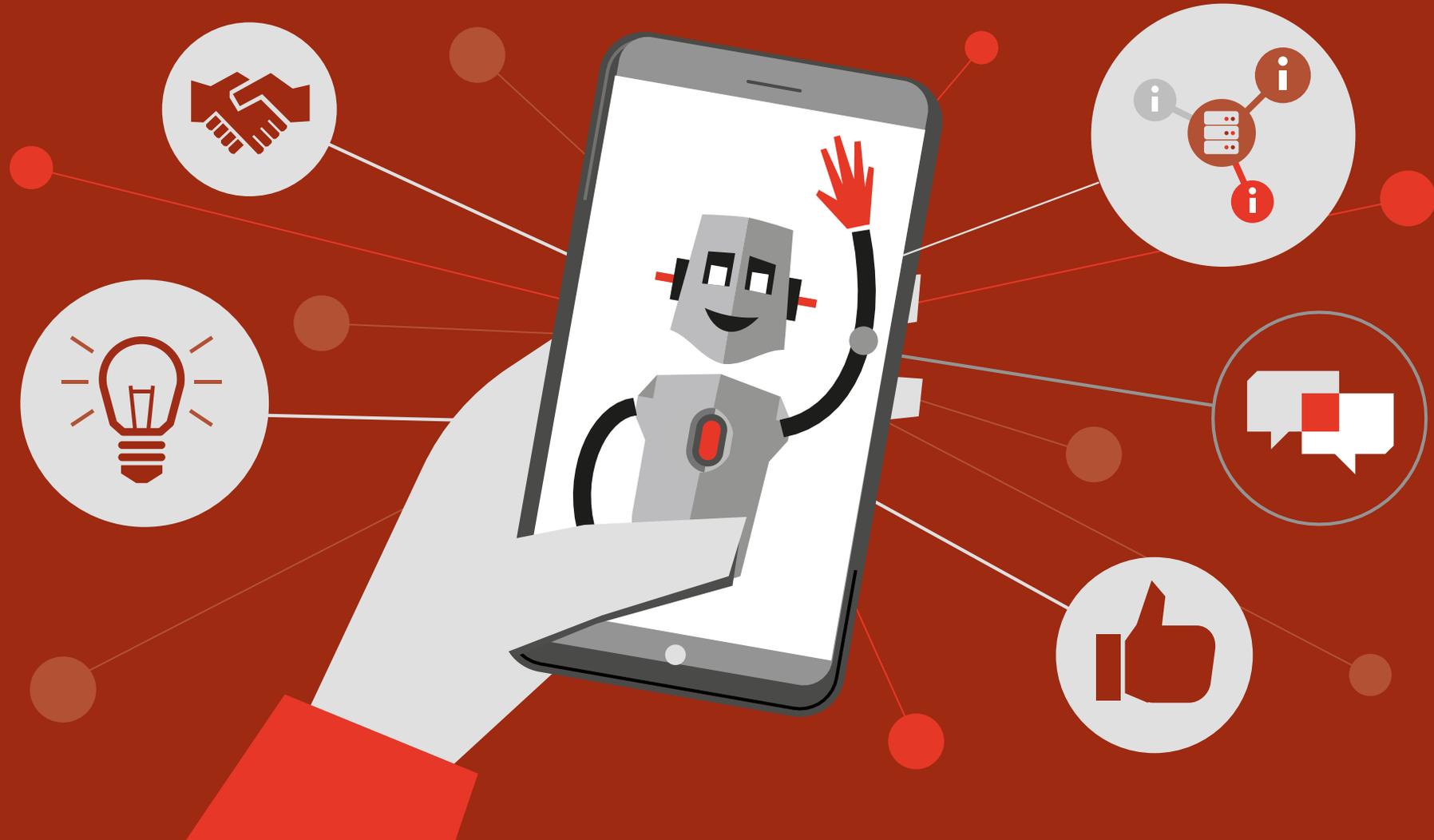


EOS Chatbot-Studie 2021

Digitale Helfer setzen sich durch



Studiensteckbrief

Wo wurde befragt?

14 europäische Länder: Deutschland, Dänemark, Belgien, Schweiz, Spanien, Frankreich, Polen, Slowakei, Rumänien, Slowenien, Kroatien, Ungarn, Bulgarien, Russland

Wie?

Telefoninterviews in Landessprache (CATI)

Wann?

April – Juni 2021

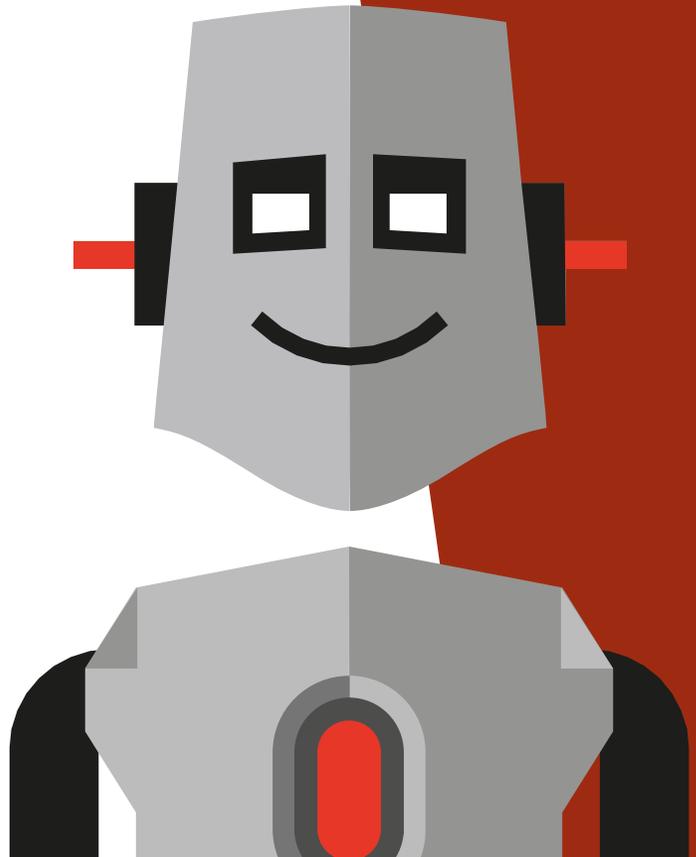
Wer?

2.800 Entscheider*innen (200 Interviews/Land) über den Einsatz von Chatbots in Unternehmen mit Kontakt zu Privatkund*innen, zum Beispiel aus den Bereichen Geschäftsführung, IT, Marketing, Kundenservice

Auswahl der Unternehmen erfolgte nach Mitarbeiterzahl und Umsatz – Quotierung anhand der Verteilung in den jeweiligen Ländern

Marktforschungsinstitut

KANTAR



1

Einsatz von Chatbots

Unternehmen nutzen vielfältige Touchpoints in der Kommunikation mit Kund*innen

Kommunikationskanäle

 **99 %**
Telefon

 **97 %**
E-Mail

 **84 %**
Persönlich

 **71 %**
Brief

 **57 %**
Live-Chat über
Unternehmenswebseite

 **40 %**
Social Media

 **33 %**
Mobile Messaging
(z.B. WhatsApp, FB Messenger)

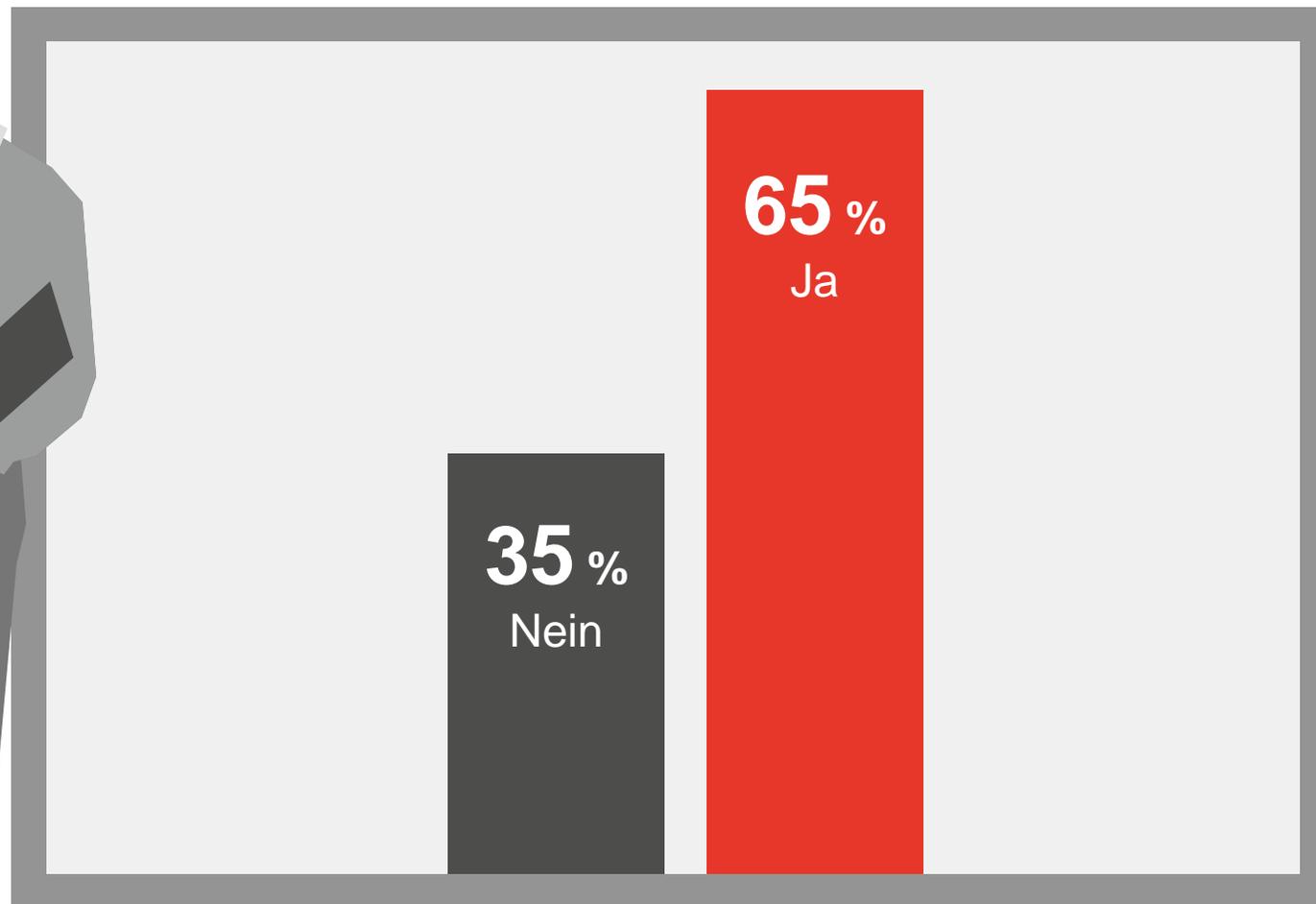
 **32 %**
SMS

 **19 %**
Live-Chat über die
Unternehmens-App

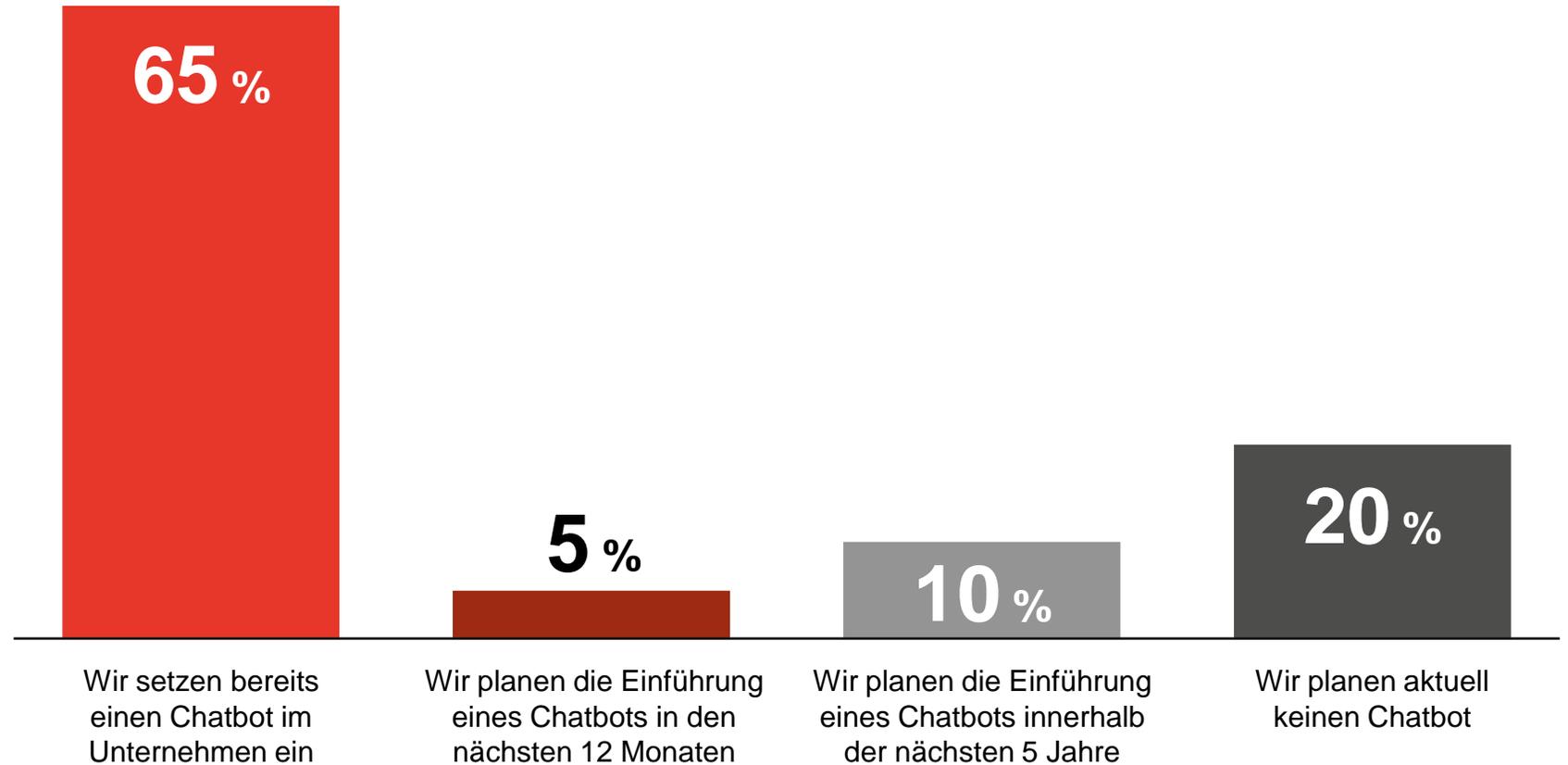
 **5 %**
Sprach-Assistenten
(z.B. Amazon Alexa, Google Assistent)

Zwei von drei Unternehmen mit Privatkund*innenkontakt nutzen bereits Chatbots

Einsatz von
Chatbots in
Kommunikations-
kanälen



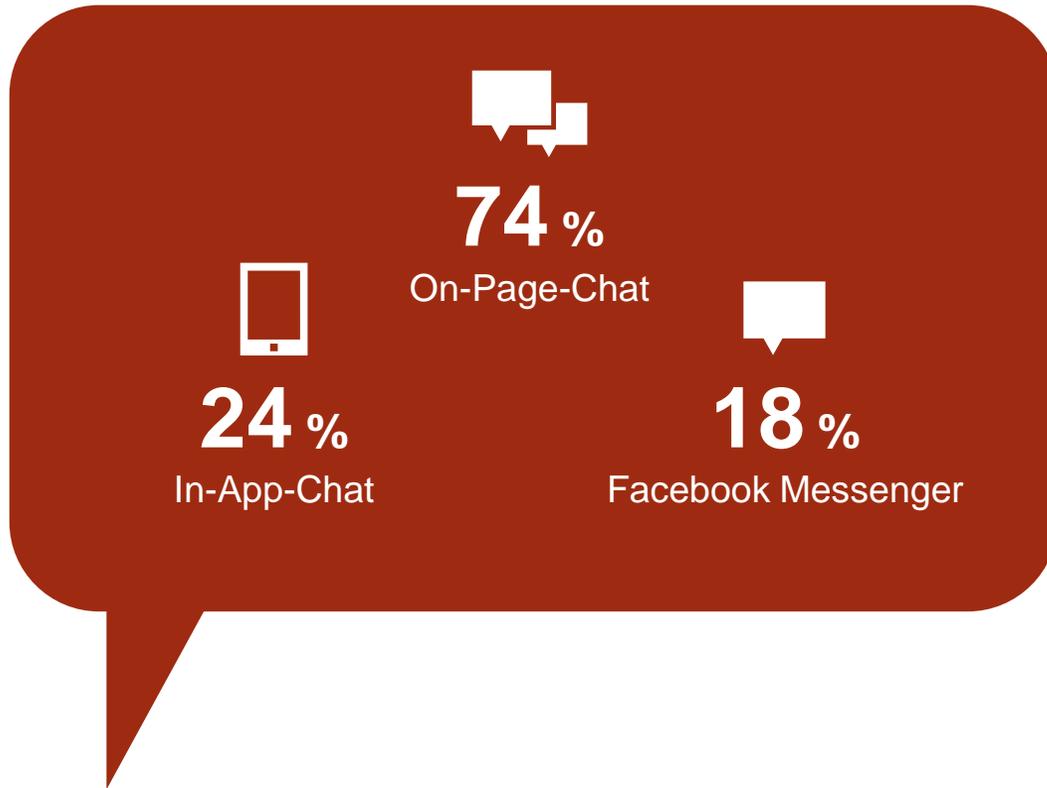
Eine Minderheit nutzt keinen Chatbot - dabei planen 15 Prozent den Einsatz in den nächsten 5 Jahren, 20 Prozent planen keinen



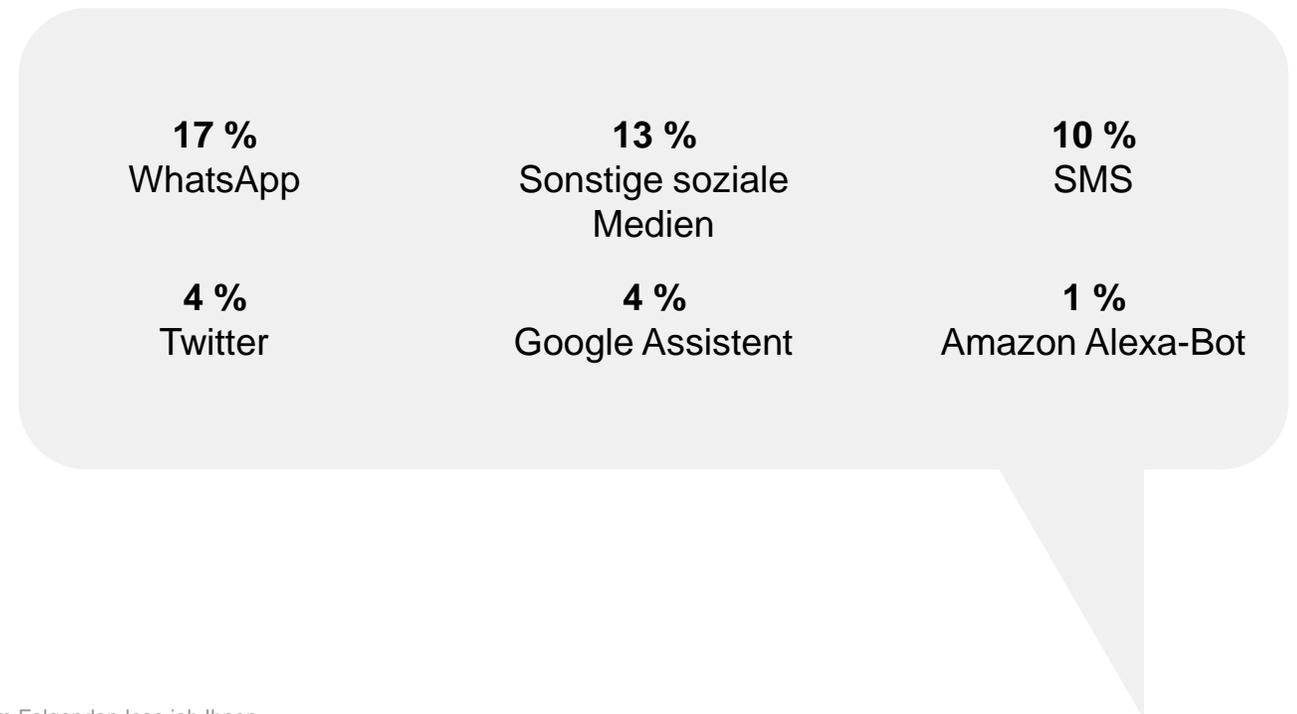


2 Unternehmen mit Chatbots

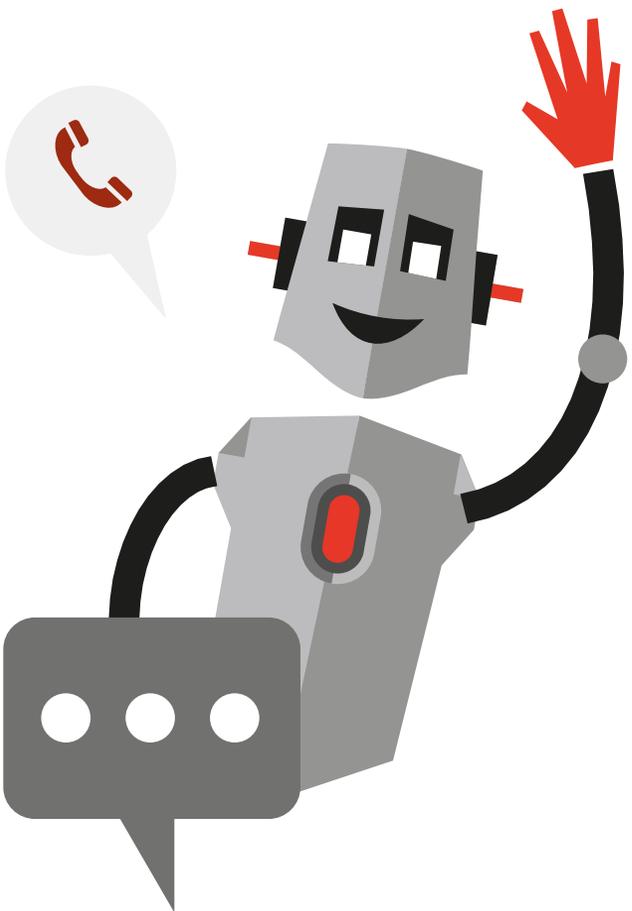
Chatbots werden aktuell von den meisten Unternehmen als On-Page-Chats eingesetzt



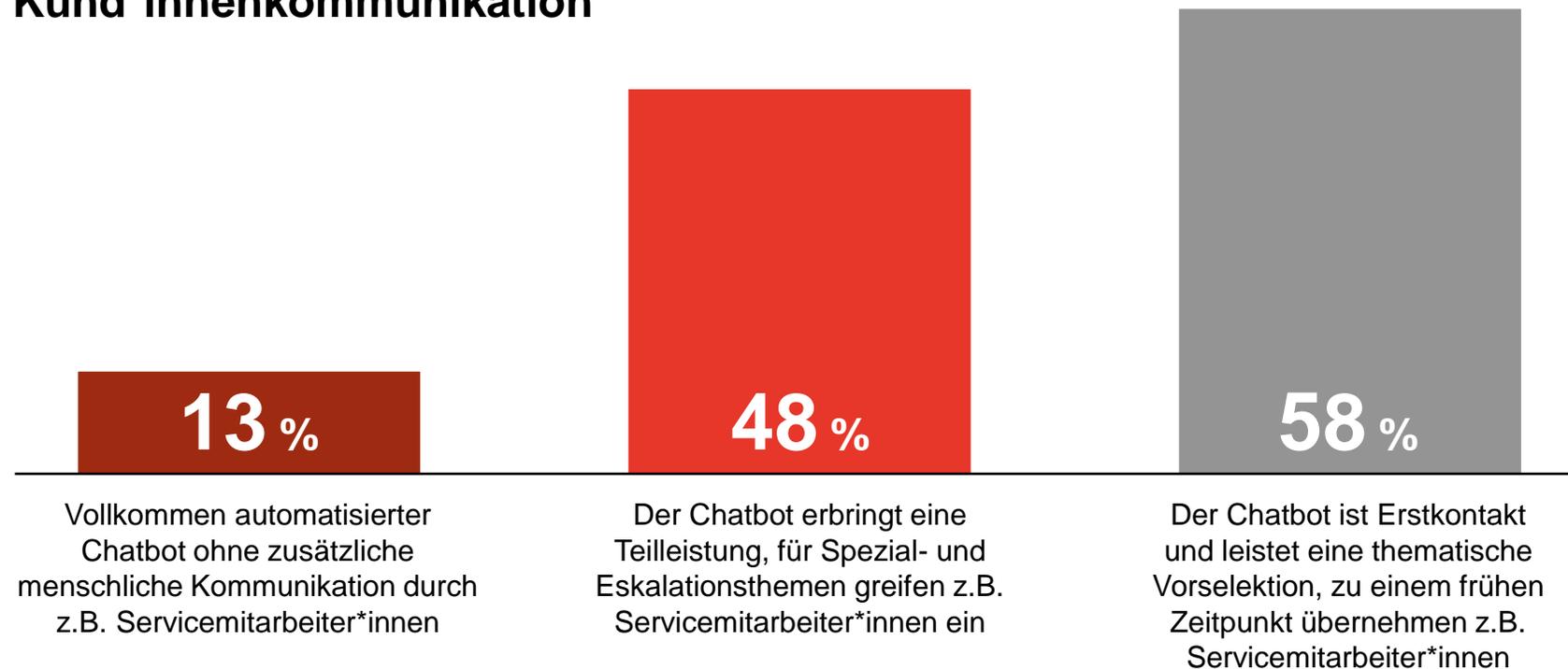
Einsatzort von Chatbots in der Kund*innenkommunikation



Vollautomatisierte Chatbots nutzt jedes 10. Unternehmen - meist übernehmen Bots nur den Erstkontakt



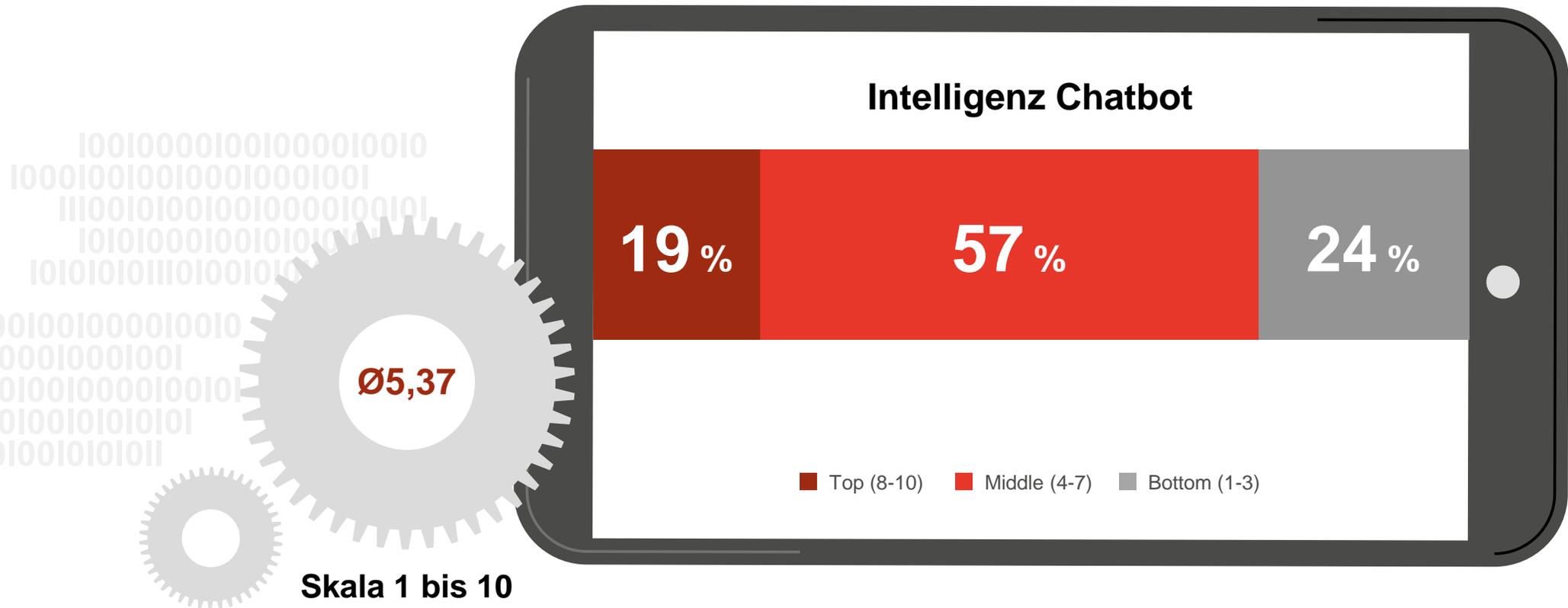
Rolle des Chatbots in der Kund*innenkommunikation



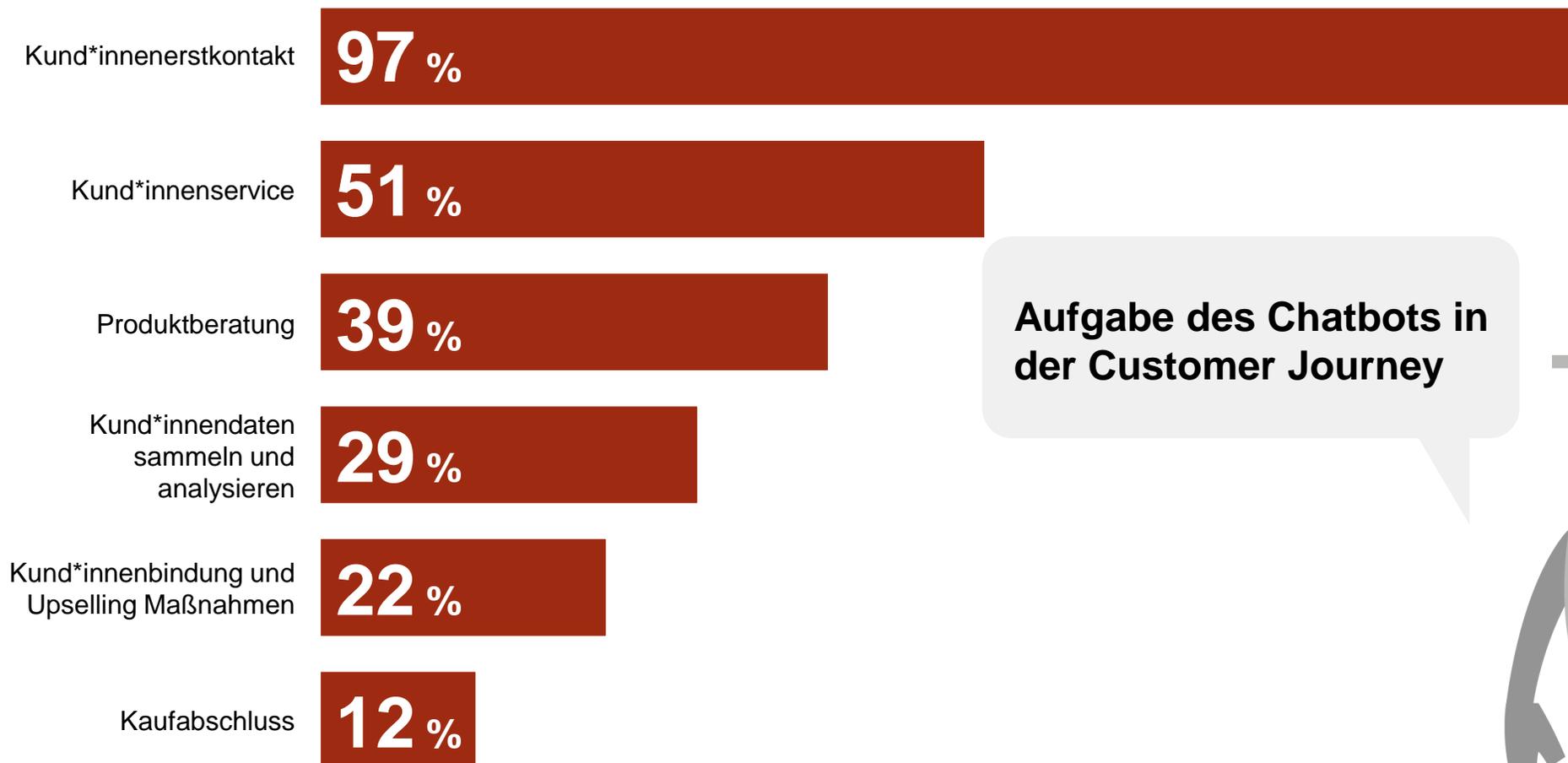
Q04. Welche Rolle spielt der Chatbot in Ihrer Kundenkommunikation? Falls Sie mehrere Chatbots im Einsatz haben, geben Sie bitte alle Varianten an, die auf Ihr Unternehmen zutreffen.
Basis: Alle Befragten, die bereits Chatbots einsetzen; Angaben in %

Der Intelligenzgrad der Chatbots liegt bisher im Mittelfeld

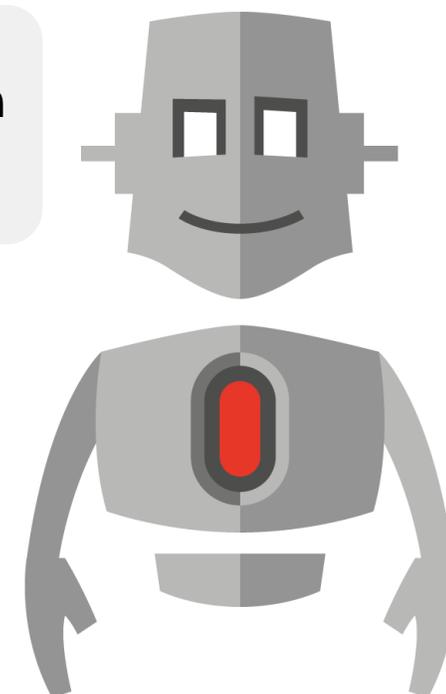
Jeder 4. ist sehr einfach und regelbasiert aufgebaut



Chatbots werden vor allem im Kund*innenerstkontakt, im Kund*innenservice und in der Produktberatung eingesetzt



Aufgabe des Chatbots in der Customer Journey



Ein Drittel der digitalen Kund*innenkommunikation in Unternehmen erfolgt aktuell über Chatbots

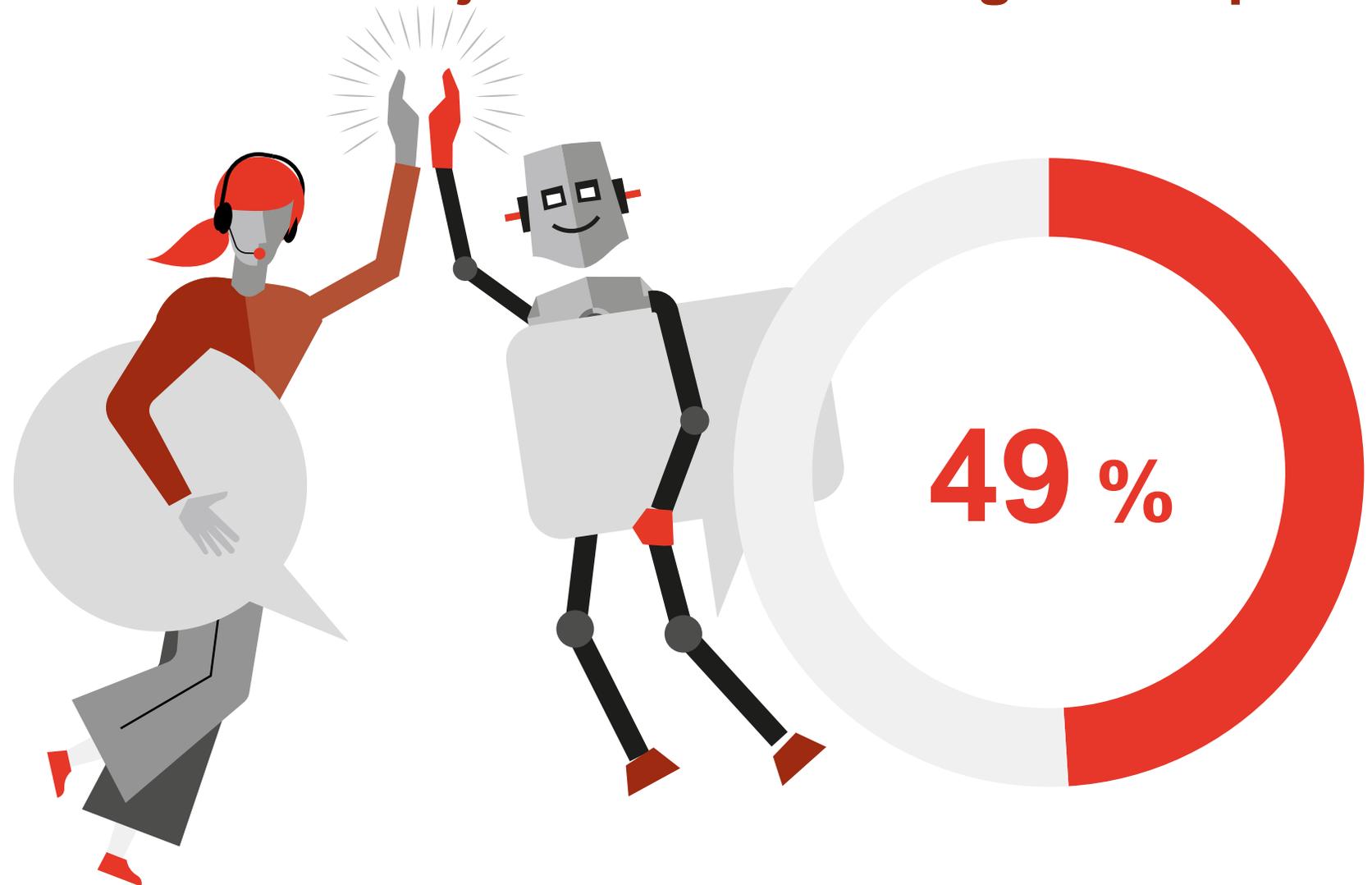


Ø Anteil von Chatbots in der digitalen Kommunikation



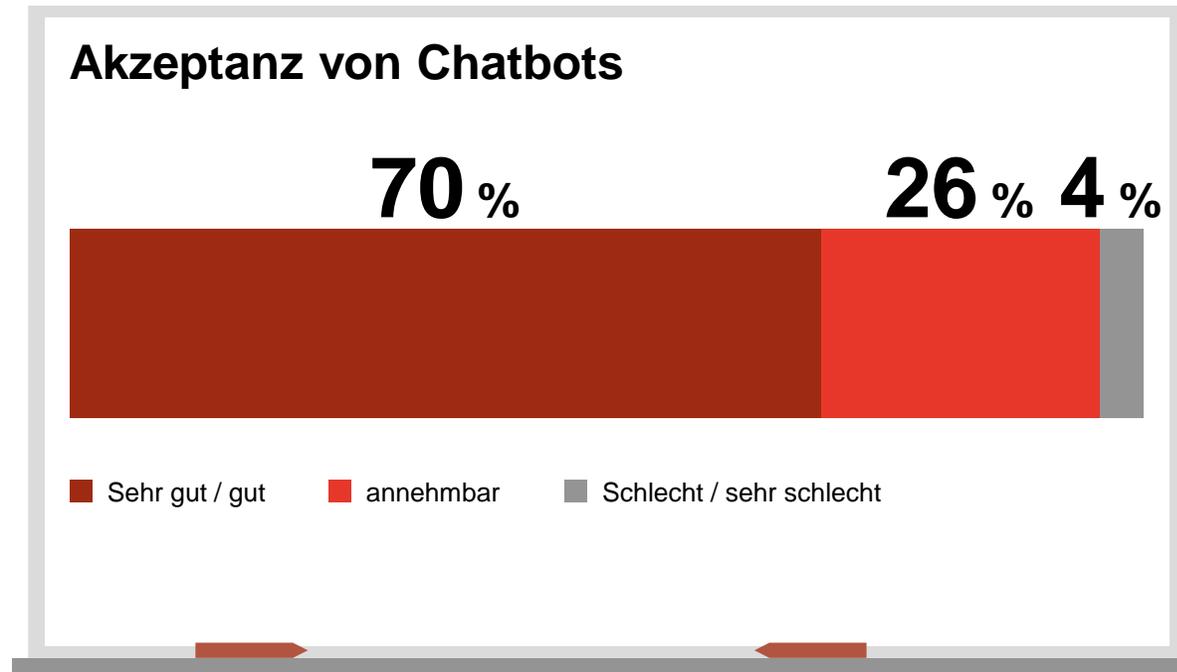
30 %

Chatbots leisten einen wichtigen Beitrag in der Kund*innenkommunikation – sie bearbeiten jedes zweite Anliegen komplett



Ø Anteil gelöster Kommunikationsanliegen durch Chatbot

70 % der Unternehmen bestätigen eine hohe Akzeptanz bei den Nutzer*innen von Chatbots



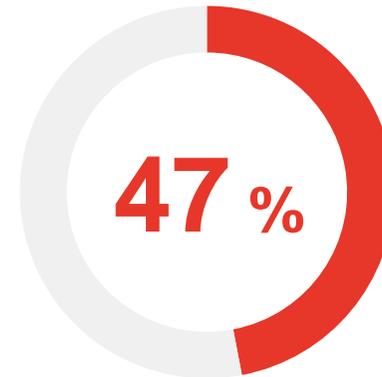
Unternehmen mit Chatbots im Einsatz planen eine qualitative und quantitative Optimierung



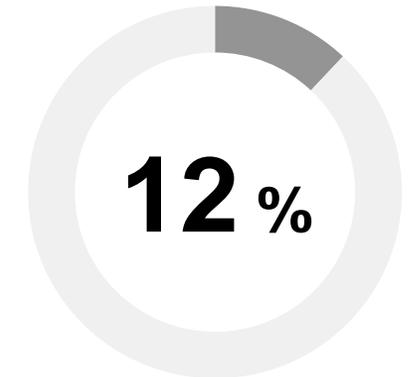
Qualitativ optimieren, d.h. den Intelligenzgrad steigern



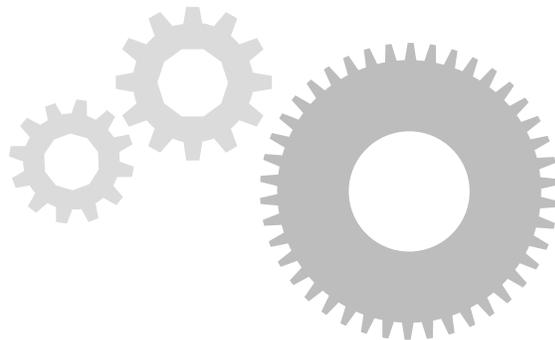
Quantitativ optimieren, d.h. Skalierung / Anfragevolumen erhöhen



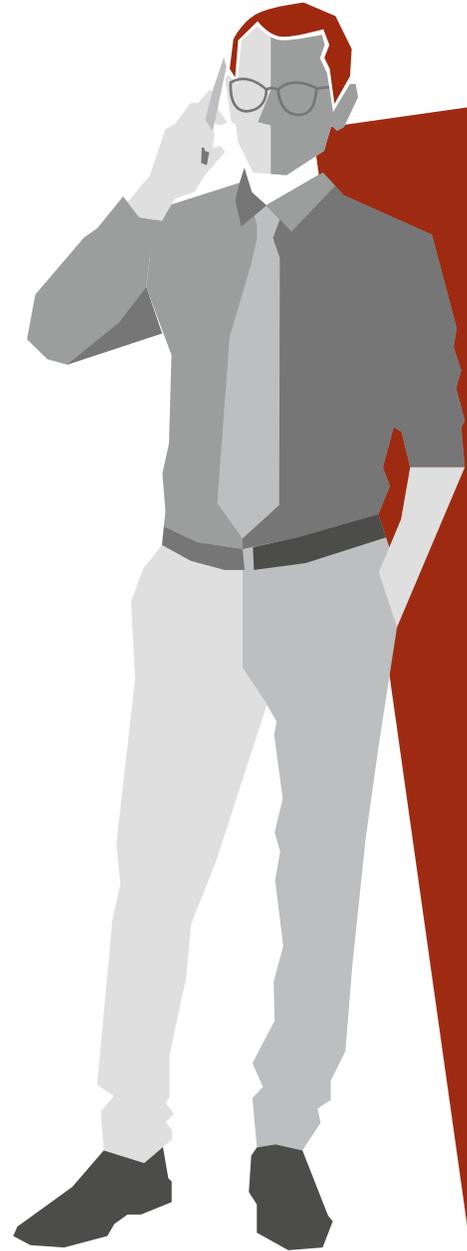
Qualitativ und quantitativ optimieren



Weiterentwicklung ist nicht geplant



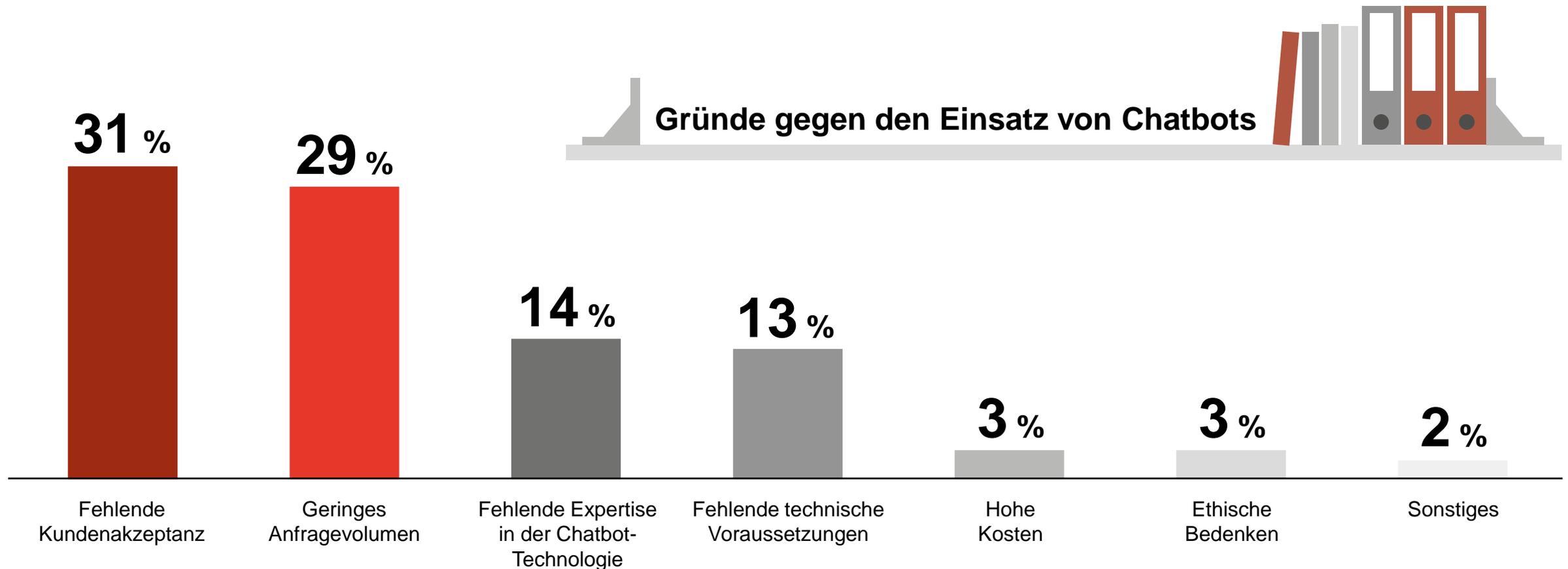
Weiterentwicklung der eingesetzten Chatbots

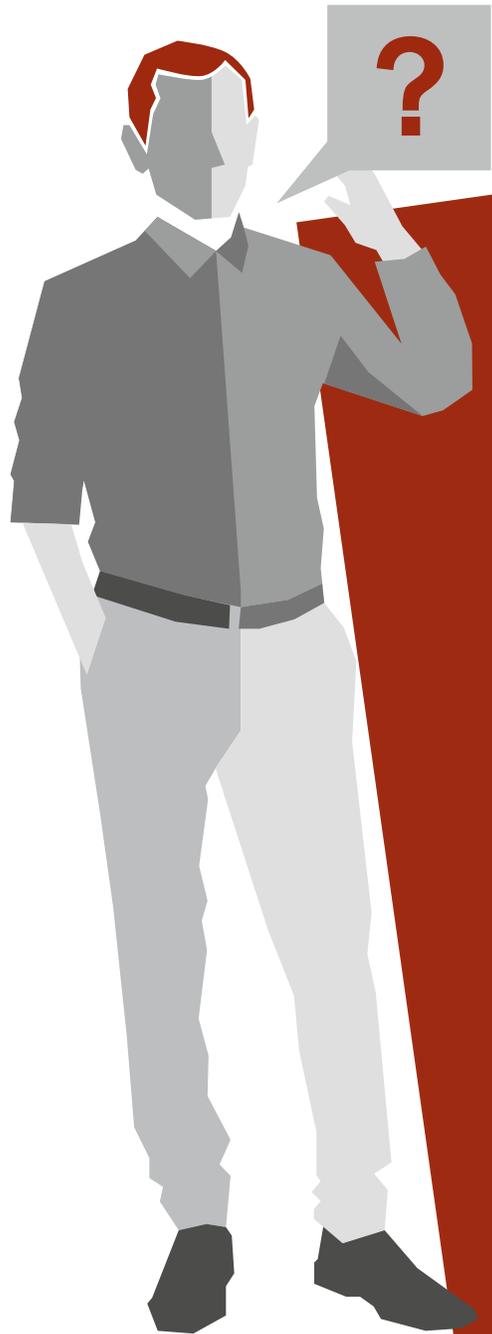


3

**Unternehmen
ohne Chatbots**

Fehlende Kund*innenakzeptanz und geringes Anfragevolumen sind die Hauptgründe auf einen Chatbot zu verzichten



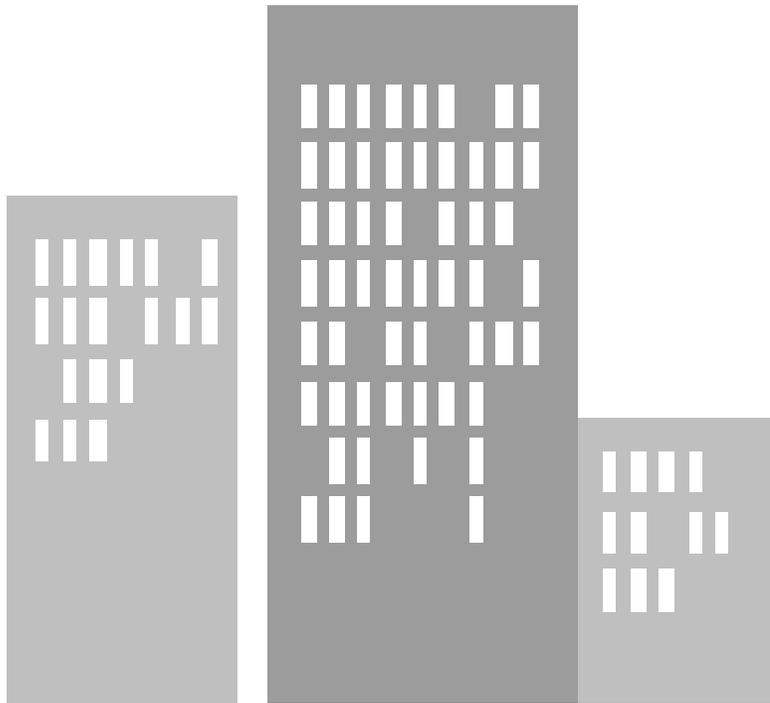


4

Allgemeine Fragen zu Chatbots

Unternehmen erwarten zufriedenerer Mitarbeiter*innen und Kund*innen sowie das Generieren von Daten und Kosteneinsparungen

Vorteile von Chatbots für Unternehmen



64 %

Steigern der
Mitarbeiterzufriedenheit



64 %

Generieren
von Daten



62 %

Erhöhen der
Kundenzufriedenheit



62 %

Generelle
Kosteneinsparung



57 %

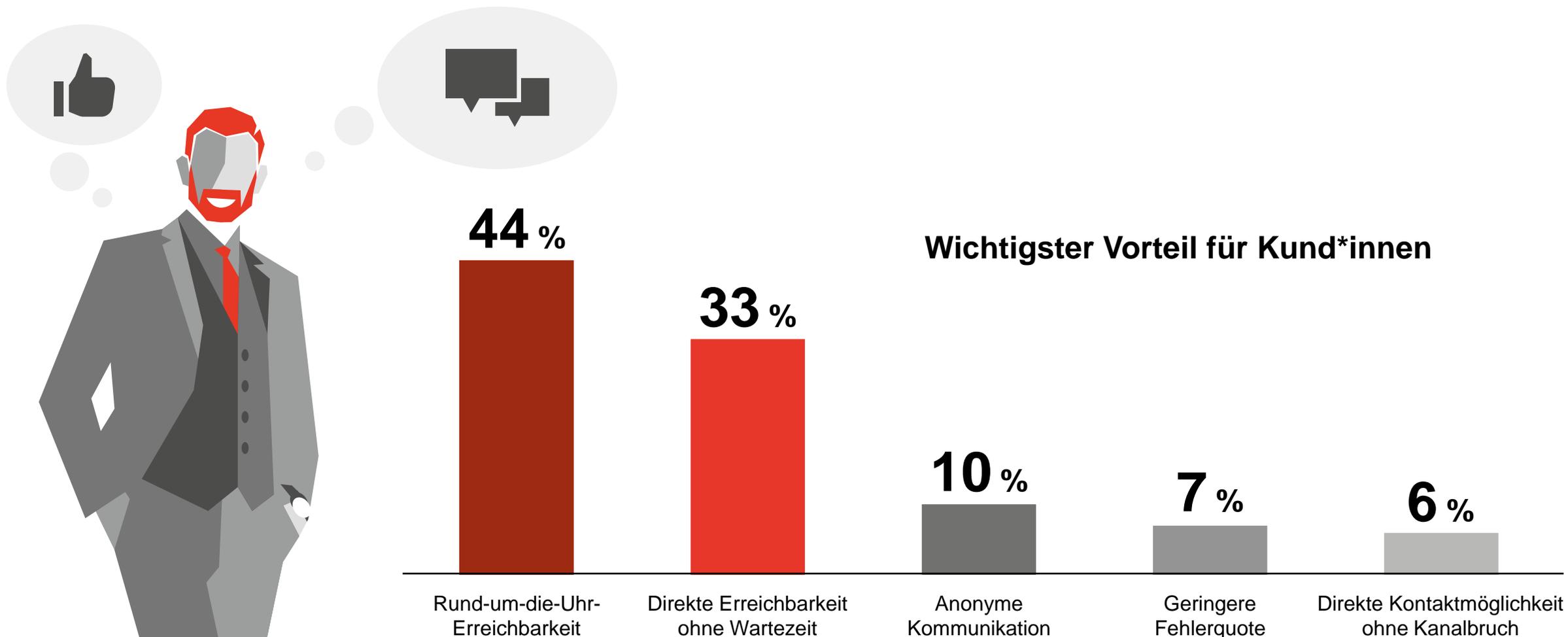
Steigern von
Verkäufen und Leads



45 %

Reduktion
von Personal

Die beiden wichtigsten Vorteile von Chatbots für Kund*innen sind die 24h-Verfügbarkeit und das Vermeiden von Wartezeiten



Für Unternehmen sind Datenschutz und die eigenen Datenstrukturen herausfordernd, wenn sie einen Chatbot einführen

n=2.800

Herausforderungen beim Einsatz von Chatbots



70 %

Die Klärung umfangreicher datenschutzrechtlicher Fragestellungen wie z.B. Opt-In Verfahren sind erforderlich

59 %

Es bedarf einer umfassenden Überarbeitung der Datenstrukturen im Unternehmen

58 %

Internes Know-how für Eigenentwicklungen und die Steuerung muss mühsam aufgebaut werden

45 %

In der Zusammenarbeit mit Dienstleistern entsteht eine hohe Abhängigkeit

39 %

Es besteht wenig Transparenz über das Leistungsspektrum der auf Chatbots spezialisierten Dienstleister

39 %

Der Intelligenzgrad der Chatbots ist zu Beginn relativ gering, sodass ein hoher Fehlergrad bei der Nutzung entsteht

27 %

Die Einführung und Nutzung von Chatbots geht mit hohen Kosten pro Kontakt im Vergleich zu etablierten Kanälen einher

Transparenz gegenüber den Kund*innen sowie Haftungsfragen sind Themen, die Unternehmen aus ethischer Sicht beschäftigen

Ethische Aspekte zu Chatbots

Dem Nutzer muss immer transparent sein, dass er/sie mit Chatbots – nicht mit einem Menschen – kommuniziert

81 %

Wenn ein Chatbot fehlerhafte Auskünfte gibt oder sich ein Kunde/eine Kundin durch seine Aussagen beleidigt fühlt, haftet das Unternehmen

70 %

Ein Unternehmen, das Chatbots einsetzt, muss sich mit Fragen der digitalen Ethik beschäftigen

66 %

Chatbots werden Arbeitskräfte im Sinne der Kosteneinsparung ersetzen

53 %

Künstliche Intelligenz wird Nutzer*innen künftig einen Teil der Entscheidungsfindung abnehmen

44 %



Durch die Corona-Pandemie haben Chatbots an Bedeutung gewonnen und werden sich auch zukünftig weiter durchsetzen

Bedeutung von Chatbots

71 %

Chatbots haben durch die Corona-Pandemie an Bedeutung gewonnen

67 %

Chatbots sind im Datenzeitalter wichtige Helfer um Nutzerdaten zu sammeln

61 %

Für jedes größere Unternehmen, das digital kommuniziert, ist ein Chatbot unerlässlich

28 %

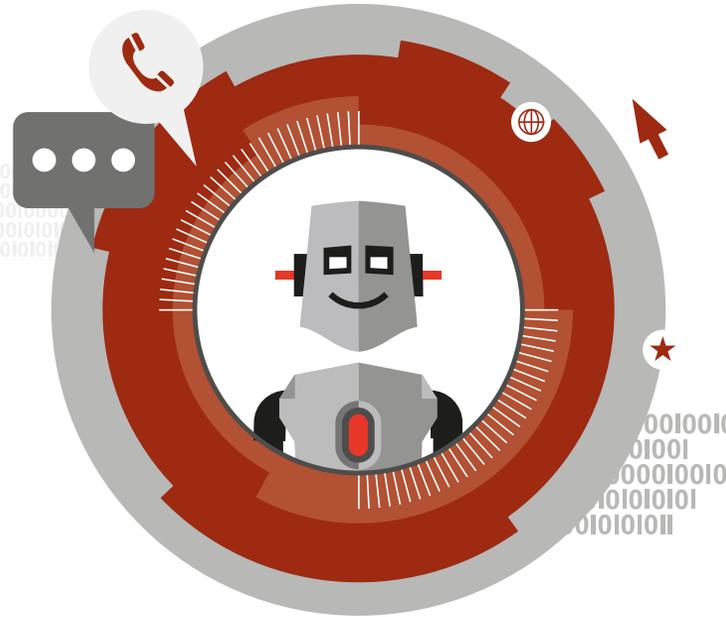
Die Chatbot-Technik ist heute noch weit davon entfernt, mittels KI die Kommunikation zu revolutionieren

68 %

Die Anzahl von Chatbots wird in den nächsten 2 Jahren deutlich zunehmen

63 %

Die Akzeptanz von Chatbots bei potenziellen Nutzern nimmt zu



Chatbots werden in der Zukunft Emotionen erkennen können, aber nur wenige erwarten, dass sie besser als Menschen arbeiten

Chatbot-Technologie in der Zukunft

In 10 Jahren ...

... erkennen Chatbots Emotionen und generieren individuell passende Antworten

57 %

... haben Voice-basierte Chatbots die textbasierten Chatbots abgelöst

55 %

... wissen Nutzer*innen nicht, ob sie mit einem Chatbot oder Menschen kommunizieren

49 %

... werden wir täglich mit hoch-intelligenten Chatbots kommunizieren

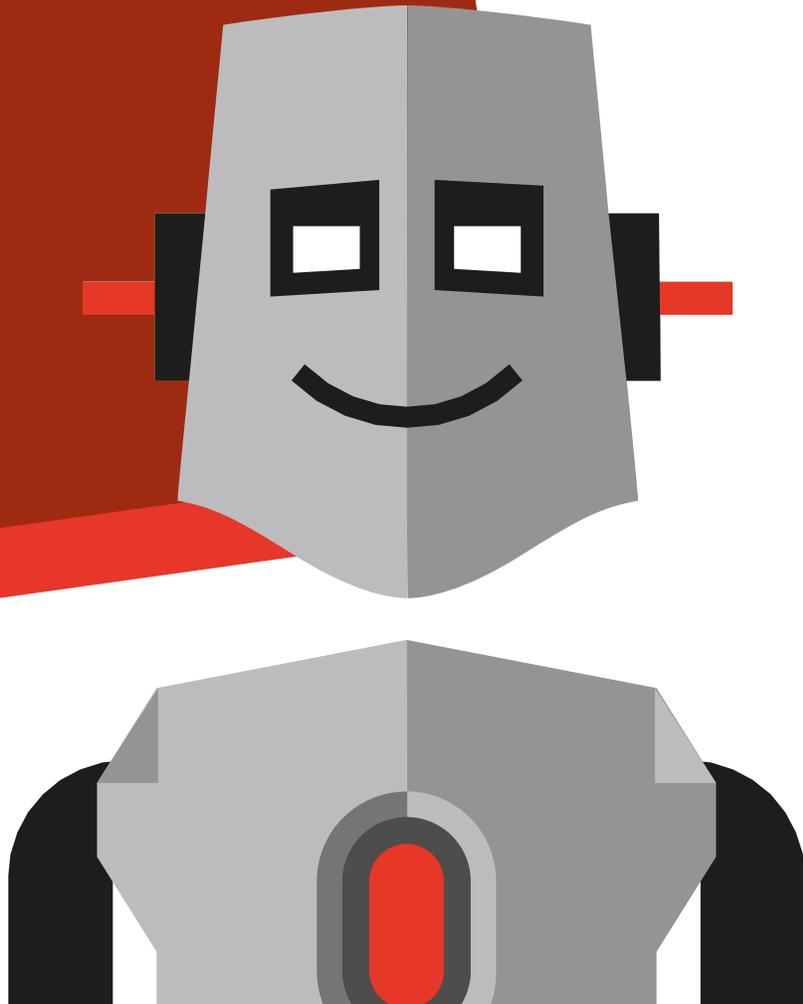
47 %

... arbeiten intelligente Chatbots besser als Menschen / Servicemitarbeiter*innen

35 %

... haben Chatbots Apps ersetzt

31 %



Sie haben Fragen zur Studie oder möchten mehr erfahren? Melden Sie sich gerne bei uns!

EOS Holding GmbH
Steindamm 71
20099 Hamburg

-  +49 40 2850 1222
-  presse@eos-solutions.com
-  www.eos-solutions.com



Die Ergebnisse im Überblick

Angaben in Prozent

	Gesamt	Belgien	Deutschland	Frankreich	Spanien	Schweiz	Dänemark	Bulgarien	Rumänien	Russland	Slowakei	Ungarn	Polen	Kroatien	Slowenien
Kommunikationskanäle															
Telefon	99	100	100	97	100	100	99	100	100	97	100	100	100	98	100
SMS	32	24	29	28	31	30	32	30	28	82	28	29	27	29	28
Brief	71	80	73	61	69	80	74	76	72	58	71	73	76	64	73
E-Mail	97	100	99	95	100	97	98	94	98	99	98	97	98	95	98
Persönlich	84	85	86	77	82	84	82	86	85	94	83	82	83	81	84
Live-Chat über Unternehmens-Website	57	53	60	45	52	65	57	54	56	77	61	54	60	55	57
Live-Chat über Unternehmens-App	19	15	16	13	15	15	20	17	17	47	22	18	21	16	14
Mobile Messaging	33	26	24	25	31	28	35	27	31	89	30	29	32	30	26
Social Media	40	40	44	30	37	43	44	32	36	74	35	38	42	36	35
Sprach-Assistenten (z.B. Amazon Alexa, Google Assistent)	5	1	4	4	5	5	5	4	6	25	4	2	5	4	4
Einsatz von Chatbots in Kommunikationskanälen															
Ja	65	66	65	54	60	73	71	64	67	46	71	62	73	71	66
Nein	35	34	35	46	41	28	30	37	33	53	30	38	28	30	35
Konkreter Einsatz von Chatbots in der Kund*innenkommunikation – Filter: Unternehmen mit Chatbots															
Chat auf Unternehmenswebsite / On-Page-Chat	74	70	80	70	79	79	67	68	71	89	78	75	72	62	75
Chat in der Mobilgeräte-App / In-App-Chat	24	20	22	21	22	19	26	24	19	52	26	24	26	21	20
Facebook-Messenger	18	17	14	20	20	13	17	16	19	27	17	11	22	18	16
WhatsApp	17	14	17	14	17	14	16	12	15	60	13	12	16	16	14
SMS	10	11	8	5	10	10	9	7	6	37	7	9	9	8	10
Twitter	4	2	3	4	5	3	5	2	1	17	3	4	3	4	5
Andere soziale Medien	13	2	10	15	11	7	6	10	12	64	10	10	14	8	13
Amazon Alexa-Bot	1	2	2	2	3	1			2	5	1	1	1	1	2
Google Assistent	4	1	2	2	3	4	3	2	5	26	3		3	2	5
Viber								14							
Sonstiges und zwar:	14	13	15	16	14	17	12	20	12	12	14	14	14	15	14

Die Ergebnisse im Überblick

Angaben in Prozent

	Gesamt	Belgien	Deutschland	Frankreich	Spanien	Schweiz	Dänemark	Bulgarien	Rumänien	Russland	Slowakei	Ungarn	Polen	Kroatien	Slowenien
Rolle des Chatbots in der Kund*innenkommunikation – Filter: Unternehmen mit Chatbots															
Vollkommen automatisierter Chatbot ohne zusätzliche menschliche Kommunikation durch z.B. Servicemitarbeiter.	13	12	10	8	13	16	15	10	8	23	13	15	14	15	11
Der Chatbot erbringt eine Teilleistung, für Spezial- und Eskalationsthemen greift z.B. ein Servicemitarbeiter ein.	48	45	45	45	58	48	50	46	42	62	40	49	51	45	44
Der Chatbot ist Erstkontakt und leistet eine thematische Vorselektion. Zu einem frühen Zeitpunkt übernimmt z.B. ein Servicemitarbeiter.	58	59	51	68	58	62	58	60	54	73	60	61	51	51	54
Intelligenz Chatbot [1: einfacher, regelbasierter Chatbot; 10: intelligenter, vollkommen KI-basierter Chatbot] – Filter: Unternehmen mit Chatbots															
Top3 (Code 1-3)	19	12	22	14	17	28	24	20	16	12	14	21	19	23	16
Code 4-7	57	60	55	58	64	50	61	53	57	63	57	56	57	52	60
Bottom3 (Code 8-10)	24	28	24	28	19	21	16	28	28	25	28	23	23	26	24
Rolle des Chatbots in der Customer Journey – Filter: Unternehmen mit Chatbots															
Kundenerstkontakt	97	98	97	97	99	93	99	98	97	93	100	97	95	97	98
Produktberatung	39	36	42	31	39	39	39	35	35	78	37	43	36	35	37
Kaufabschluss	12	8	14	12	17	12	10	12	7	18	9	10	12	12	14
Kundenservice	51	46	57	43	48	53	60	46	47	73	43	55	50	50	50
Kundenbindung und Upselling-Maßnahmen	22	23	19	16	26	19	17	18	20	55	22	23	21	21	18
Kundendaten sammeln und analysieren	29	23	26	26	25	26	29	24	26	71	28	26	26	28	29
Anteil Chatbots an digitaler Kommunikation in einem Unternehmen – Filter: Unternehmen mit Chatbots															
Mittelwert	29,91	27,09	30,91	31,46	31,55	31,16	31,15	25,86	27,64	40,46	29,79	29,09	27,54	28,55	29,9
Anteil gelöster Kommunikationsanliegen mit Chatbot – Filter: Unternehmen mit Chatbots															
Mittelwert	48,95	47,54	48,02	52,71	45,92	43,4	41,83	45	47,6	44,67	56,79	50,02	44,07	56,57	60,67

Die Ergebnisse im Überblick

Angaben in Prozent

	Gesamt	Belgien	Deutschland	Frankreich	Spanien	Schweiz	Dänemark	Bulgarien	Rumänien	Russland	Slowakei	Ungarn	Polen	Kroatien	Slowenien
Akzeptanz von Chatbots [1: sehr gut; 5 sehr schlecht] – Filter: Unternehmen mit Chatbots															
Top2 (Code 1-2)	70	71	72	69	72	74	69	74	65	63	72	69	70	67	72
Code 3	26	25	23	31	25	23	28	23	27	36	23	27	23	28	25
Bottom 2 (Code 4-5)	4	4	4	1	3	3	3	3	8	1	5	4	6	6	2
Weiterentwicklung der eingesetzten Chatbots – Filter: Unternehmen mit Chatbots															
Qualitativ optimieren / Intelligenzgrad steigern	26	30	29	24	29	27	23	26	25	25	24	25	23	24	29
Quantitativ optimieren / Anfragevolumen erhöhen	15	13	13	16	13	14	16	17	18	5	13	19	17	22	15
Qualitativ und quantitativ optimieren	47	45	45	44	48	48	52	47	43	61	49	46	45	42	44
Weiterentwicklung ist nicht geplant	12	13	12	16	10	11	9	9	14	9	13	10	14	12	12
Zukünftige Planung von Chatbots – Filter: Unternehmen, die Chatbots planen															
... in den nächsten 12 Monaten	13	10	6	5	15	11	10	8	7	52	8	9	9	7	4
... innerhalb der nächsten 5 Jahre	28	28	23	16	33	38	24	23	27	28	27	41	38	20	35
Wir planen aktuell keinen Chatbot.	58	60	70	78	51	51	66	67	64	19	64	49	53	73	61
Gründe gegen den Einsatz von Chatbots – Filter: Unternehmen, die Chatbots nicht einsetzen oder planen															
Hohe Kosten	3	7	4	1	5	7	3	4	2		3	3	3	5	2
Geringes Anfragevolumen	29	24	24	36	26	25	38	30	25	9	29	26	28	37	31
Fehlende Expertise bei Chatbot-Technologie	14	17	14	8	17	7	13	20	14	27	13	13	17	12	14
Fehlende Kundenakzeptanz	31	31	30	29	31	43	36	28	36	27	34	32	31	26	29
Ethische Bedenken	3	2	2	3				4	5	9	3	5	3	2	5
Fehlende technische Voraussetzungen	13	14	12	10	17	11	10	10	14	14	18	13	14	9	17
Sonstiges	2		10	1		4				9					
weiß nicht / keine Angabe	5	5	4	11	5	4		4	5	5		8	3	9	2
Vorteile von Chatbots für Unternehmen [Top2: trifft voll und ganz zu, trifft zu]															
Erhöhen der Kundenzufriedenheit	62	68	62	55	57	67	66	60	64	48	67	60	71	70	63
Steigern von Verkäufen und Leads	57	54	55	53	57	61	60	57	61	47	61	58	53	65	60
Generieren von Daten	64	61	64	57	62	70	67	64	65	60	69	64	67	67	65
Steigern der Mitarbeiterzufriedenheit	64	65	64	61	62	62	67	62	67	66	63	64	69	67	65
Reduktion von Personal	45	43	47	40	32	45	46	45	48	44	51	50	46	42	48
Generelle Kosteneinsparung	62	61	60	63	61	66	66	61	62	50	64	62	67	66	64

Die Ergebnisse im Überblick

Angaben in Prozent

	Gesamt	Belgien	Deutschland	Frankreich	Spanien	Schweiz	Dänemark	Bulgarien	Rumänien	Russland	Slowakei	Ungarn	Polen	Kroatien	Slowenien
Wichtigster Vorteil für Kund*innen															
Rund-um-die-Uhr Erreichbarkeit	44	43	43	46	40	45	42	43	42	60	43	44	41	40	45
Direkte Erreichbarkeit ohne Wartezeit	33	33	34	35	35	37	34	35	32	27	34	34	33	33	31
Anonyme Kommunikation	10	10	9	11	11	8	9	10	13	6	9	11	9	10	11
Geringere Fehlerquote	7	7	8	4	4	5	5	7	8	6	9	6	10	9	7
Direkte Kontaktmöglichkeit ohne Kanalbruch	6	8	6	4	10	5	9	5	5	2	6	5	7	8	6
Herausforderungen bei der Einführung und im Einsatz mit Chatbots [Top2: trifft voll und ganz zu, trifft zu]															
Es besteht wenig Transparenz über das Leistungsspektrum der auf Chatbots spezialisierten Dienstleister.	39	37	38	43	42	38	37	41	44	22	43	44	39	40	41
In der Zusammenarbeit mit Dienstleistern entsteht schnell eine hohe Abhängigkeit.	45	40	45	48	50	46	47	45	46	22	51	47	49	42	50
Internes Know How für Eigenentwicklungen und die Steuerung muss mühsam aufgebaut werden.	58	62	59	62	61	55	57	60	57	40	57	58	59	59	64
Vor der Einführung von Chatbots bedarf es einer umfassenden Überarbeitung der Datenstrukturen im Unternehmen.	59	63	60	58	66	62	62	59	64	32	57	65	66	58	60
Die Einführung und Nutzung von Chatbots geht mit hohen Kosten pro Kontakt im Vergleich zu etablierten Kanälen einher.	27	23	27	30	29	24	26	29	30	13	28	34	27	30	28
Die Einführung und Nutzung von Chatbots erfordert die Klärung umfangreicher datenschutzrechtlicher Fragestellungen wie z.B. Opt-In Verfahren.	70	77	73	70	73	73	72	76	71	45	72	70	73	70	71
Der Intelligenzgrad der Chatbots ist zu Beginn relativ gering, sodass ein hoher Fehlergrad bei der Nutzung entsteht.	39	37	36	44	41	39	42	37	39	35	40	42	38	39	39
Ethische Aspekte zu Chatbots [Top2: trifft voll und ganz zu, trifft zu]															
Künstliche Intelligenz wird Nutzer künftig einen Teil der Entscheidungsfindung abnehmen.	44	44	41	43	46	43	46	42	47	36	47	47	48	45	40
Wenn ein Chatbot fehlerhafte Auskünfte gibt oder sich ein Kunde durch seine Aussagen beleidigt fühlt, haftet das Unternehmen.	70	71	68	68	67	68	71	68	70	79	69	73	75	64	72
Chatbots werden Arbeitskräfte im Sinne der Kosteneinsparung ersetzen.	53	51	55	46	49	60	53	59	56	44	54	59	55	53	51
Dem Nutzer muss immer transparent sein, dass er/sie mit einem Chatbot nicht einem Menschen -kommuniziert.	81	85	81	76	82	84	85	80	83	76	81	85	82	81	82
Ein Unternehmen, das Chatbots einsetzt, muss sich mit Fragen der digitalen Ethik beschäftigen.	66	70	65	67	66	74	63	56	63	72	63	68	67	66	65

Die Ergebnisse im Überblick

Angaben in Prozent

	Gesamt	Belgien	Deutschland	Frankreich	Spanien	Schweiz	Dänemark	Bulgarien	Rumänien	Russland	Slowakei	Ungarn	Polen	Kroatien	Slowenien
Zukünftige Bedeutung von Chatbots [Top2: trifft voll und ganz zu, trifft zu]															
Chatbots haben durch die Corona-Pandemie an Bedeutung gewonnen.	71	71	69	69	72	70	73	72	72	64	76	72	74	72	67
Die Anzahl von Chatbots wird in den nächsten 2 Jahren deutlich zunehmen.	68	68	67	63	62	73	69	66	69	72	73	70	67	71	68
Für jedes größere Unternehmen, das digital kommuniziert, ist ein Chatbot unerlässlich.	61	60	61	54	58	65	66	61	61	62	66	60	64	63	61
Die Chatbot-Technologie ist heute noch weit davon entfernt, mittels Künstlicher Intelligenz die Kommunikation zu revolutionieren.	28	24	26	31	29	25	22	27	30	43	27	31	26	28	25
Die Akzeptanz von Chatbots bei potenziellen Nutzern nimmt zu.	63	65	61	60	64	64	65	62	61	50	70	59	68	66	64
Chatbots sind im Datenzeitalter wichtige Helfer um Nutzerdaten zu sammeln.	67	67	64	63	67	70	68	67	65	67	69	67	71	69	67
In 10 Jahren... [Top2: trifft voll und ganz zu, trifft zu]															
... werden wir täglich mit hochintelligenten Chatbots kommunizieren.	47	46	42	43	47	46	48	43	47	51	53	48	51	48	43
... haben Voice-basierte Chatbots die textbasierten Chatbots abgelöst.	55	57	52	54	57	52	64	57	57	38	56	61	56	56	56
... haben Chatbots Apps ersetzt.	31	32	27	34	27	31	33	30	30	27	33	33	32	35	29
... erkennen Chatbots Emotionen und generieren individuell passende Antworten.	57	57	56	58	60	57	59	55	56	43	62	59	58	62	59
... arbeiten intelligente Chatbots besser als Menschen/Service Mitarbeiter.	35	32	31	34	29	59	36	32	37	26	36	34	37	33	32
... wissen Nutzer nicht, ob sie mit einem Chatbot oder Menschen kommunizieren.	49	58	49	49	52	33	51	48	49	26	55	55	55	53	51