

Auszug aus der Trendstudie:

Einsatz von KI-Chatbots im Kundenservice: Potenziale, Zielgruppen und Perspektiven



Auszug & Angebot zur Studienbestellung

NORDLIGHT research GmbH
Elb 21 | 40721 Hilden | Deutschland
T +49 2103 25819-0 | F +49 2103 25819-99
info@nordlight-research.com | www.nordlight-research.com

MOVING CONSUMER MARKETS



Überblick

Diese Ausgabe des „Trendmonitor Deutschland“ untersucht Potenziale, Zielgruppen und Perspektiven für den **Einsatz von KI-Chatbots in der Kundenbetreuung**.

- › **Online-basierte Umfrage im Panel** mit quotiertem Sample und gewichteter Analyse, mobilfähige Befragung
- › **Fallzahl: n=1.024 Befragte** nach Qualitätsprüfung der Interviews
- › Rund **15 Minuten Befragungsdauer** für den Inhalt dieser Studie

- › Die Studie ist mit **PowerPoint** aufbereitet und hat eine hohe Leserfreundlichkeit.
- › **Interpretation der Ergebnisse:** Kurz und knapp, damit beim raschen Lesen klar wird, was die Kernergebnisse sind.
- › **Management Summary:** Diese hebt die bedeutendsten Ergebnisse auf einer Seite hervor.
- › **Umfang:** rund 50 inhaltliche Seiten mit Ergebnissen im **PDF-Format** (druckbar und kopierbar).
- › Optional: Tabellenband im Microsoft-Excel-Format zur weiteren Detailanalyse.
- › Es besteht die Möglichkeit, ein Analyse-Paket zu bestellen. In diesem werten wir für Sie individuell weitere Fragestellungen aus.



Der «Trendmonitor Deutschland» liefert Ihrem Unternehmen regelmäßige B2C-Marktforschungsstudien zu ausgewählten Trendthemen.



Inhalte

- › Die Mehrheit der Verbraucher in Deutschland zeigt sich **aufgeschlossen für den Einsatz intelligenter Chatbots** in der **Kundenbetreuung** von Unternehmen. Jeder Dritte begrüßt dies sogar ausdrücklich oder ist stärker daran interessiert.
- › Jeder Fünfte wäre bereit, ganz auf menschlichen Kundenservice zu verzichten, wenn KI-Chatbots **schnellere** und **bessere Unterstützung** bieten.
- › Trotz dieser Offenheit bleibt der **zwischenmenschliche Kontakt für 75 Prozent der Verbraucher weiterhin wichtig**, zumindest als Option.
- › **47 Prozent** äußern zudem noch **unsichere oder zwiespältige Gefühle** gegenüber dem verstärkten Einsatz von KI-Chatbots im Kundenservice.

Sie finden Antworten auf diese und weitere Fragen...

- › Wie ist die **persönliche Einstellung** zum Thema „**Künstliche Intelligenz**“?
- › Wie oft wurden Chatbots **bereits genutzt** und **wofür**?
- › Wie **wichtig** ist der **menschliche Kontakt** zum Kundenservice eines Unternehmens?
- › Was könnten Unternehmen tun, um die **Akzeptanz von Chatbots** in der Kundenkommunikation und im Kundenservice zu erhöhen?
- › Zu welchem Zweck würden Chatbots in Zukunft gerne genutzt?
- › **Welche Unternehmen und Organisationen** sollten intelligente Chatbots zukünftig verstärkt in der Kommunikation und im Service einsetzen?

▶ <https://trendmonitor-deutschland.de/produkt/einsatz-von-ki-chatbots-im-kundenservice/>

Auszug 1 – Kapitelübersicht



EINSATZ VON KI-CHATBOTS IM KUNDENSERVICE

- 1. Kurzfassung**
- 2. Allgemeines Interesse an KI-Anwendungen und Produkten**
- 3. Einstellung zu Künstlicher Intelligenz: Potenziale und Risiken**
- 4. Begriffsverständnis und allgemeine Nutzung von Chatbots**
- 5. Bekanntheit und Nutzung spezifischer Chatbots**
- 6. Einsatz von Chatbots durch Unternehmen**
- 7. Hintergrund und Daten**



Auszug 2

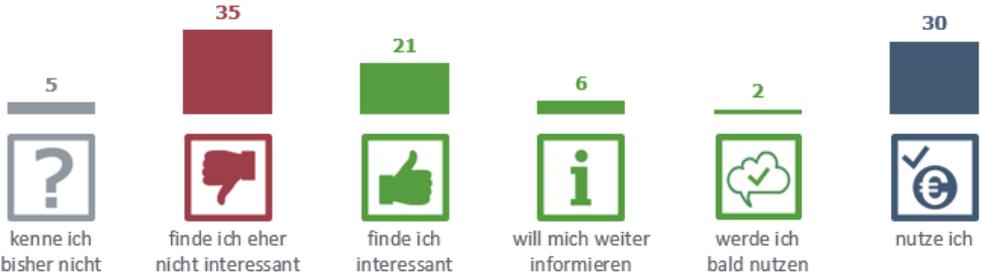


30 % der Deutschen nutzen digitale Sprachassistenten wie Alexa, Siri oder Cortana.



Digitale Sprachassistenten in Smartphones, PC, Autonavigation etc. (Alexa, Siri, Google Assistant, Cortana etc.)

in % | n=1.006



> 35 % finden digitale Sprachassistenten, die man z.B. in Smartphones oder Navigationsgeräten nutzen kann, eher uninteressant.

Auszug 3



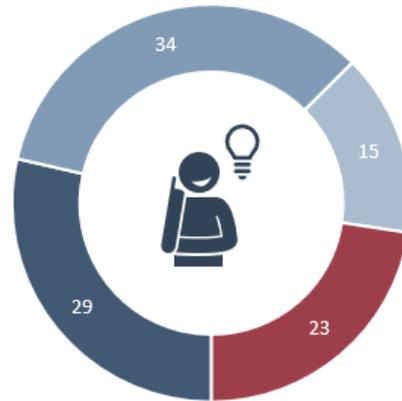
29 % der Bundesbürger wissen genau, was man unter dem Begriff „Chatbot“ versteht.



Ist Ihnen der Begriff „Chatbot“ bekannt?

in % | n=1.024

77 %
haben zumindest eine grobe Ahnung, was man unter dem Begriff „Chatbot“ versteht.

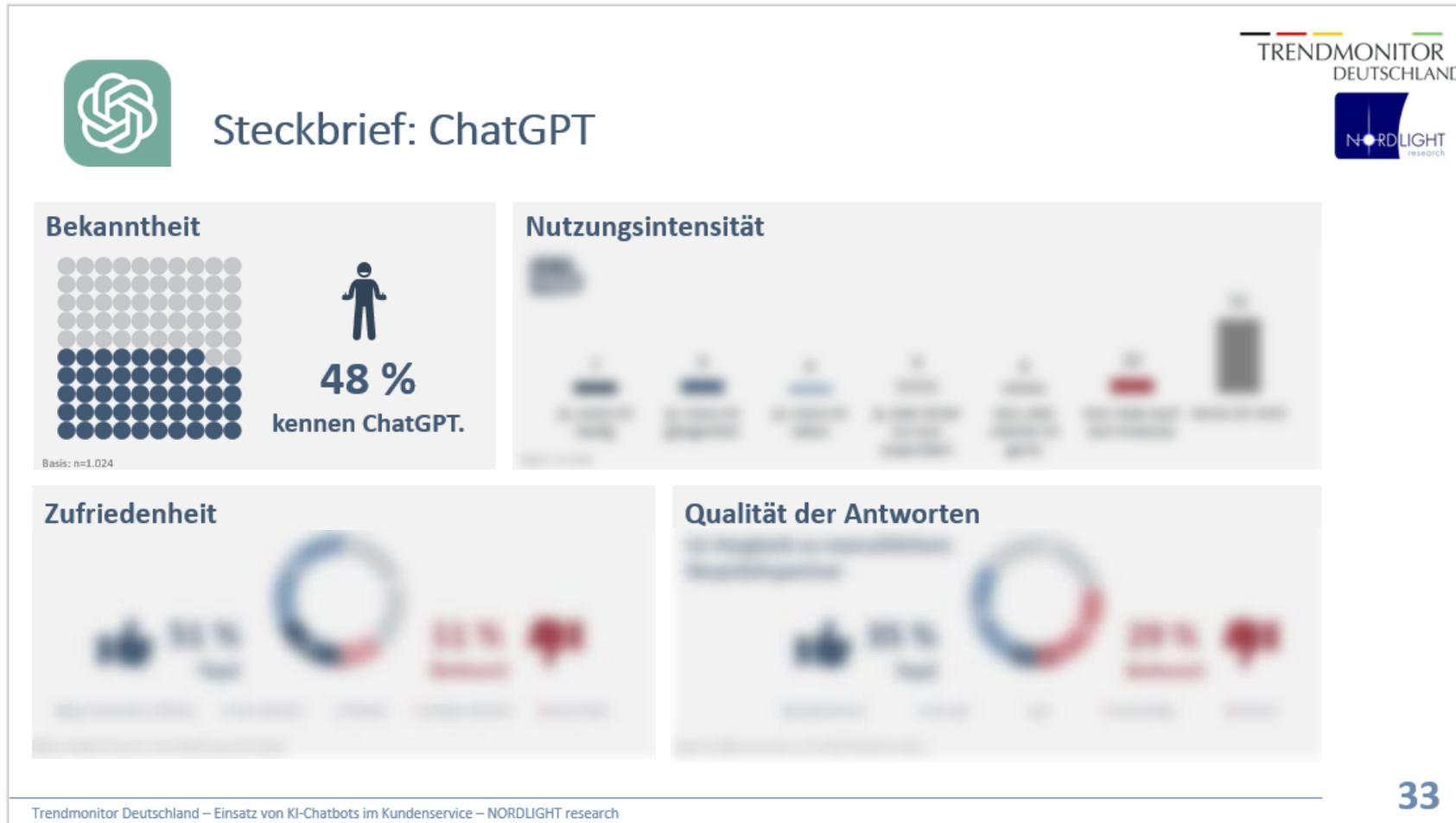


- Ich weiß genau, was man darunter versteht.
- Ich weiß ungefähr, was man darunter versteht.
- Ich habe eine grobe Ahnung, was man darunter versteht, bin mir aber nicht sicher.
- Ich weiß nicht, was man darunter versteht.



Im Tabellenband finden sich alle Fragen auch differenziert nach soziodemografischen sowie psychografischen Merkmalen.

Auszug 4



Auszug 5

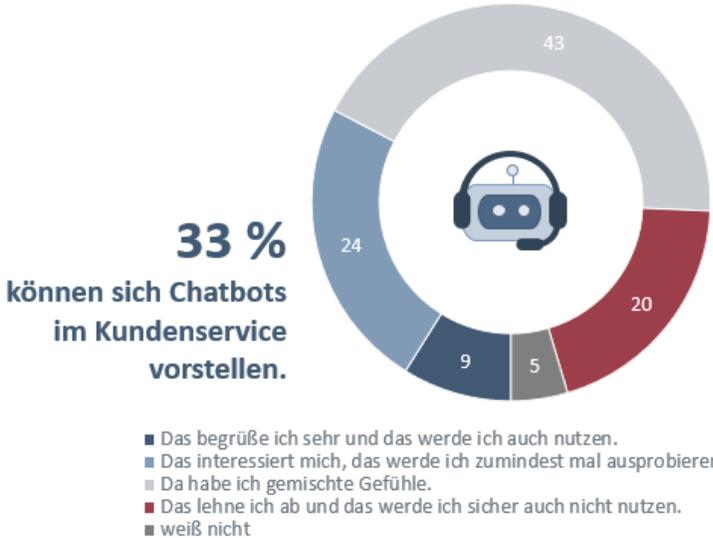


Jeder Dritte begrüßt den Einsatz von Chatbots im Kundenservice oder ist daran interessiert. 20 % lehnen die Nutzung ab.



Was halten Sie persönlich davon, wenn Unternehmen im Kundenservice und in der Kommunikation mit Kunden und Verbrauchern zunehmend intelligente Chatbots einsetzen?

in % | n=1.024



→ ...

→ ...

→ ...

Auszug 6



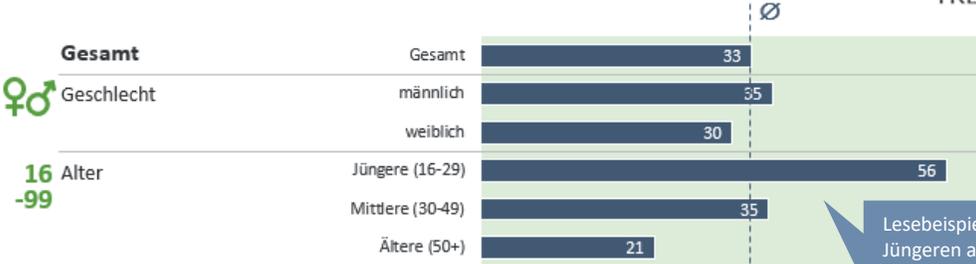
Soziodemografie → Einstellung zu Chatbots im Kundenservice

Was halten Sie persönlich davon, wenn Unternehmen im Kundenservice und in der Kommunikation mit Kunden und Verbrauchern zunehmend intelligente Chatbots einsetzen?

in % | rechts: n=128-422; Befürworter und Interessenten (Kategorie 1 und 2 in der Grafik unten)



- Das begrüße ich sehr und das werde ich auch nutzen.
- Das interessiert mich, das werde ich zumindest mal ausprobieren.
- Da habe ich gemischte Gefühle.
- Das lehne ich ab und das werde ich sicher auch nicht nutzen.
- weiß nicht



Lesebeispiel: 56 % der Jüngeren aber nur 21 % der Älteren befürworten den Einsatz intelligenter Chatbots im Kundenservice und in der Kommunikation mit Kunden oder interessieren sich dafür.



Auszug 7

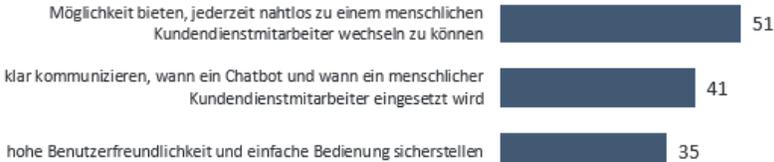


Die am häufigsten genannte Maßnahme zur Akzeptanzsteigerung ist die Möglichkeit, jederzeit zu einem menschlichen Mitarbeiter wechseln zu können.



Was könnten Unternehmen tun, um Ihre Akzeptanz von Chatbots in der Kundenkommunikation und im Kundenservice zu erhöhen?
Bitte wählen Sie die drei wichtigsten Aspekte aus.

in % | n=1.024 | Mehrfachnennung | Summe > 100 % möglich



Auszug 8

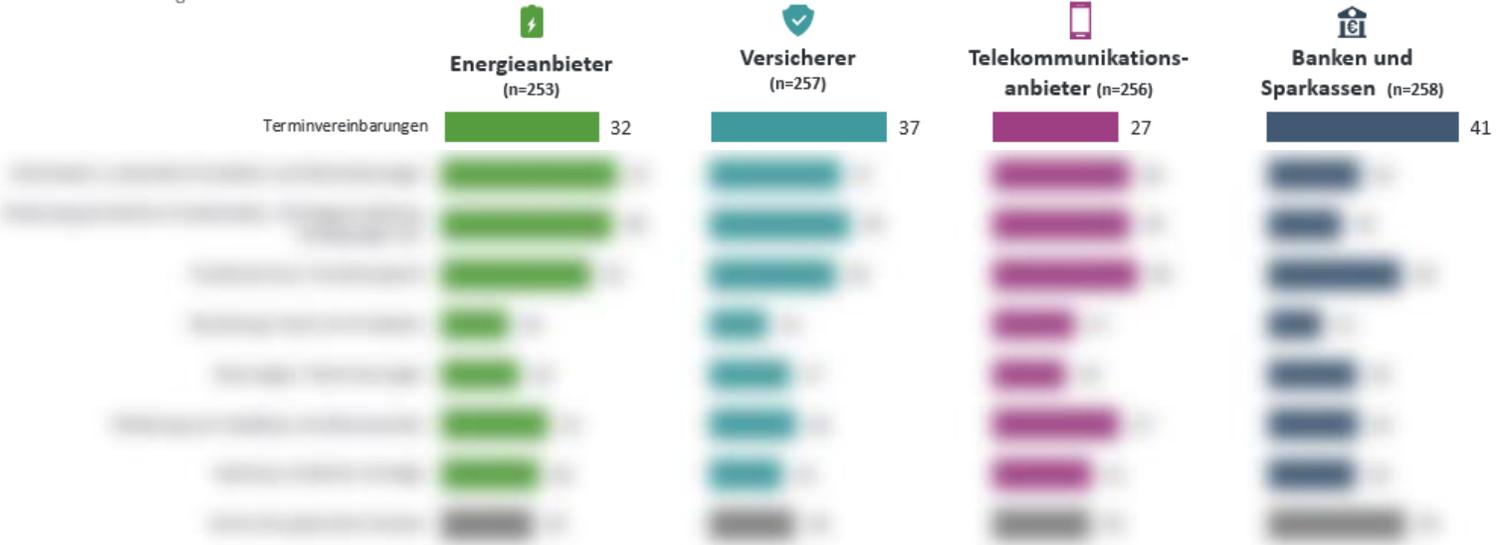


Während bei Banken vor allem die Terminvereinbarung eine Rolle spielt, können sich Verbraucher beim Energieanbieter vor allem Informationen zu Dienstleistungen sowie Verwaltungsaufgaben durch Chatbots vorstellen.



Und welche dieser Zwecke möchten Sie bei Ihren/Ihrem [Energieanbieter / Versicherern / Telekommunikationsanbieter / Banken und Sparkassen] nutzen?

in % | n=253-258 (zufällige Auswahl und Einblendung einer der vier Branchen) | Mehrfachnennung | Summe > 100 % möglich





Bestellung via Fax, Scan oder postalisch:

NORDLIGHT research GmbH | Elb 21 | 40721 Hilden
Fax +49 2103 258 19-99

online: <https://trendmonitor-deutschland.de/shop/>

Hiermit bestelle ich ein Exemplar des Trendmonitor Deutschland: KI-Chatbots

- zum Preis von 990 Euro zzgl. Ust.
Umfang: **Studie** im PDF-Format
- zum Preis von 1.250 Euro zzgl. Ust.
Umfang: **Studie plus Tabellenband*** im Excel-Format
- zum Preis von 1.750 Euro zzgl. Ust.
Umfang: **Studie, Tabellenband plus Analyse-Paket****

Ort, Datum, Unterschrift

* Alle deskriptiven Ergebnisse der Studie | Original-Fragen und Antwortkategorien | Verteilung der Antworten (%) | Fallzahl der Antworten (n) | Top- / Bottom-Boxes | Hervorgehobene Signifikanztests zwischen den Gruppen

** Wenn Sie dieses auf die Studie aufbauende Modul bestellen, können Sie Ihre Fragen stellen. Wir beantworten diese dann aufsetzend auf der Studie, dem Tabellenband oder durch zusätzliche Analyse mit den Rohdaten. Ergebnisse zu Ihren Fragen liefern wir in tabellarischer oder textlicher Form. Der von uns erbrachte Leistungsumfang beträgt maximal 4 Data Analyst-Stunden.

Empfänger und Rechnungsadresse

Frau Herr

Name

Vorname

Firma

Abteilung

Straße

PLZ und Ort

Telefon

E-Mail-
Adresse

Zahlungskonditionen: Die Rechnungsstellung erfolgt nach Lieferung mit Zahlungsziel 30 Tage ohne Skonto.

Kontakt



Verena Hallmann
Research Analyst

T +49 2103 25819 – 0
F +49 2103 258 19 – 99

verena.hallmann@nordlight-research.com
www.nordlight-research.com



Thomas Donath
Managing Partner

T +49 2103 25819 – 22
F +49 2103 258 19 – 99

thomas.donath@nordlight-research.com
www.nordlight-research.com

Über NORDLIGHT research und Trendmonitor Deutschland



NORDLIGHT research ist ein Institut für individuelle, qualitativ hochwertige Marktforschung. Die Gründer untersuchen seit 2001 Märkte und bewerten Produkte auf Basis von Verbraucher- und Geschäftsfeedback.

Unser Team berät zur Forschung und berät basierend auf Forschung.

Das Leistungsspektrum umfasst hierzu den gesamten Marktforschungsprozess – von der Bedarfsanalyse und Forschungskonzeption über die Datenerhebung und -auswertung bis hin zu Berichten und Managementpräsentationen mit Handlungsempfehlungen.

Weitere Informationen und Referenzen finden Sie hier:

www.nordlight-research.com

Trendmonitor Deutschland wurde Ende 2017 gestartet und wird von der NORDLIGHT research GmbH herausgegeben.

Unterstützt wird sie von der Kommunikationsberatung Metz aus Köln, die bei der Kommunikation und Konzeption mitwirkt.



Trendmonitor Deutschland ist ein marktforschungsbasierter Informationsdienst über Trends und Entwicklungen in deutschen Verbrauchermärkten.

Das Interesse der Bundesbürger an Produkten und Dienstleistungen in zahlreichen Trendbereichen des modernen Alltags wird regelmäßig überprüft. *Trendmonitor Deutschland* erscheint mehrmals jährlich in regelmäßigen Abständen.

Der *Trendmonitor Deutschland* untersucht in seinem Tracking-Modul regelmäßig zahlreiche Produkte und Dienstleistungen in den folgenden Trendfeldern: Smart Home, Smart Mobility / E-Mobility, Haushaltsrobotik, Virtual Reality / Augmented Reality (VR / AR), Digital Lifestyle, Social-Media-Nutzung, Shopping, Kommunikation, Entertainment & Gaming, Geld, Banken & Versicherungen, Lebensmittel, Gesundheit & Wellness, Reisen und Mode & Beauty.

Auf der individuellen Produktebene werden Produktbekanntheit, Produktinteresse, Kaufbereitschaft und Nutzerzahlen analysiert.

Darüber hinaus wird das allgemeine Konsumentenverhalten in Bezug auf Trends sowie Trendtreiber, Trendhürden und relevante Trendstärken im Zeitablauf untersucht.

Trendmonitor Deutschland berichtet ausführlich über ausgewählte Schwerpunktthemen. Die Ergebnisse werden nach zahlreichen soziodemografischen und psychografischen Konsummerkmalen unterschieden.

Erfahren Sie mehr: www.trendmonitor-deutschland.de