



Generatives Bild «Extremes»

Chatbots: Fluch oder Segen der Zukunft?

Sina Lutz

Cand. B.A. HSG Business Administration

Ein Chatbot – also die Kombination aus Chat und Roboter – lässt sich als digitalen Kommunikationspartner beschreiben, dem vor allem im Umgang mit Kundinnen und Kunden ein hohes Potenzial zugetraut wird. Momentan befinden wir uns in einer Phase, in welcher mit Chatbots viel experimentiert wird.



Erfahren Sie
mehr über das Bild
zum Artikel.

Chatbots sind Webapplikationen, hinter welchen Algorithmen stehen, die Aspekte des menschlichen Verhaltens kopieren, indem die im Hintergrund arbeitenden technischen Systeme die Kommunikation in natürlicher Sprache ermöglichen. Aus diesem Grund können sie dann als vermeintlich menschliche Kommunikationspartner in den Netzwerken agieren. Die Komplexität reicht dabei von einfachen Chatbots, welche anhand von Schlüsselwörtern Musterabgleiche machen, bis hin zu komplexen Chatbots, welche auf die Mimik und Gestik der Nutzer eingehen und so auf Nutzeranfragen antworten.

Chancen

Die Verwendung von Chatbots bietet die Chance, sowohl einfache und standardisierte wie auch komplexe Interaktionsaufgaben mit Kundinnen und Kunden übernehmen zu lassen. Somit kann der Alltag für Unternehmen und Mitarbeitende erleichtert und die Effizienz gesteigert werden. Zudem können Unternehmen durch den

Einsatz von Chatbots unabhängiger von der menschlichen Arbeitskraft werden, da Chatbots rund um die Uhr verfügbar sind, tiefere Fehlerquoten haben und die Personalkosten senken. Ausserdem können Unternehmen durch den Einsatz von Chatbots neue, noch nicht umgesetzte Funktionalitäten anbieten. Die durchgängige Verfügbarkeit von Chatbots kann zudem die Benutzerzufriedenheit steigern, da die Anwendenden von den schnellen und zu jeder Tageszeit verfügbaren Antworten profitieren. Des Weiteren können Kommunikationsprozesse und Serviceleistungen optimiert sowie standardisierte Prozesse von Chatbots übernommen werden, welche die Arbeitnehmer von monotonen Tätigkeiten entlasten können.

Expertinnen und Experten sind sich aus den oben genannten Gründen deshalb einig, dass komplexere Chatbots der nächste Schritt in der Entwicklung bei der Kommunikation mit dem Kunden sein können.

Auch wenn Chatbots noch in den Kinderschuhen stecken und nicht abschliessend gesagt werden kann, wohin die Entwicklung führen wird, sind die Einsatzmöglichkeiten nahezu grenzenlos. Es ist empfehlenswert, erste Gehversuche in der Welt von Chatbots zu machen. Dabei kann Erfahrung gesammelt und evaluiert werden, inwieweit Prozesse durch Chatbots optimiert werden können. Höchste Priorität sollten im Prozess durchgängig Nutzerakzeptanz und Datenschutz haben, da diese zu Image- und Reputationsschäden führen können.

Sina Lutz

Cand. B.A. HSG Business Administration

Schwerpunkte

Prozess- und Organisationsmanagement, Projektmanagement



Grenzen

Zunächst gilt festzuhalten, dass die Komplexität des menschlichen Verstandes dafür sorgt, dass sich eine Maschine niemals gänzlich an den Menschen adaptieren kann. Somit stossen Chatbots an eine grundsätzliche Grenze, weil sie meistens für spezifische Situationen programmiert sind und deshalb nicht unmittelbar situationsunabhängig eingesetzt werden können.

Ob die Einführung von Chatbots für Unternehmen erfolgreich ist, hängt jedoch in erster Linie von der User-Akzeptanz ab, denn aktuell sind die Nutzerinnen und Nutzer gegenüber der Mensch-Maschinen-Interaktion «noch» skeptisch. Sie bevorzugen insbesondere bei privaten Belangen den direkten Kontakt mit einem Menschen anstelle einer Maschine. Besonders skeptisch sind Nutzende gegenüber Chatbots, welche nicht als solche erkennbar sind. Dies kann für Unternehmen besonders

riskant sein, da damit ein Imageverlust einhergehen kann. Um die Akzeptanz seitens der Userinnen und User sowie die Integration von Chatbots zu ermöglichen, sind kosten- und zeitintensive Aspekte relevant: eine geeignete IT-Infrastruktur, bekannte Prozessabläufe und Personal, um Einführung, Pflege und Optimierung des Chatbots sicherzustellen.

Schlussendlich ist das Social Profiling, also das kontinuierliche Sammeln, Speichern und Auswerten von Nutzerdaten, ein weiteres Risiko für die Akzeptanz von Chatbots. Viele Konsumentinnen und Konsumenten sind verunsichert, was mit ihren Daten geschieht und ob sie gespeichert und wie diese ausgewertet werden. Die Datensicherheit ist für viele Kundinnen und Kunden nicht transparent genug, was die Erfolgchance von Chatbots weiter eindämmt.