

Warten in der Telefonwarteschlange? Telefonisch niemand erreichbar? Per Mail rührt sich niemand?

Kunden sind verärgert und interne Kunden sind frustriert.

Dagegen gibt es ein gutes Mittel: Voice- und Chatbots. Oder am besten beides kombiniert. In mehreren Projekten haben wir gezeigt, dass die manuell (menschlich) zu bearbeitenden Anfragen um 50% bis 80% reduziert werden können, je nach Standardisierungsgrad der Use-Cases. Gleichzeitig steigt die Kundenzufriedenheit massiv, weil der Service 24/7 verfügbar ist, sich der Kunde selber helfen kann und viele Vorgänge vollkommen standardisiert, digitalisiert und automatisiert werden können. So können zum Beispiel Versicherte ihre Krankmeldungen oder Belege an ihre elektronische Patientenakte und Versicherung übertragen, IT-User Hilfestellungen erhalten oder zusätzliche Services einkaufen oder den Status ihrer Aufträge prüfen, Kunden Ersatzteile zu ihrer Waschmaschine herausfinden und gleich ordern oder auch Kunden Termine buchen und vorab relevante Informationen erhalten oder übermitteln. Die Anwendungsfälle sind vielfach und eigentlich kann jedes Unternehmen und jede Abteilung seine Kunden damit besser versorgen und zugleich den eigenen Bearbeitungsaufwand radikal reduzieren. Die Technologien haben dabei in den letzten Monaten eine rasante Entwicklung erfahren. Hat man bisher vom Voicebot und Chatbot nicht beantwortete Anfragen mit einem "Intent" und einem Knowledge-Datenbankeintrag für zukünftige Fälle gelöst, stehen nun KI- und Sprachmodelle zur Verfügung, die die Pflegearbeiten stark reduzieren und dynamische Antworten zulassen.

Wenn sich der Kunde am Ende der KI-gesteuerten Kommunikation herzlich für den guten Service bedankt, dann ist alles richtig eingestellt und optimiert. Einige Voice- und Chatbot-Anbieter realisieren das, indem sie KI-Sprachmodelle wie ChatGPT mit dem im Internet verfügbaren Wissen füttern lassen. Das kann aber fatale Folgen haben. Wenn ein Kunde den Voice- und Chatbot befragt, wer der Schönste im Land ist, dann sollte ja die Technik als Antwort nicht den größten Konkurrenten benennen. Auch besteht dann die Gefahr, dass Nutzer der Voice- und Chatbots streng zu schützende personenbezogene Daten absichtlich oder unabsichtlich eingeben und diese dann im Internet verfügbar werden.

Diese Beispiele machen das Dilemma und die Komplexität klar: Einerseits sind die KI-Sprachmodelle wie ChatGPT unerlässlich für eine digitale, effiziente, realitätsnahe und interaktive Kommunikation mit Kunden, andererseits muss eine strikte Trennung von bereitgestellten Inhalten ("Content") zum Internet gewährleistet sein. Dafür bieten viele Anbieter auch die Lösung an, dass KI-Sprachmodelle genutzt werden und mit selektiertem und gemanagten Content, wie z.B. gemanagten Knowledge-Datenbanken, PDF-Dokumenten, Google-Sheets oder geprüften und freigegebenen Internetseiten "gefüttert" werden. Es ist nur so, dass die großen KI-Sprachmodelle von Microsoft, Google, ChatGPT u. a. nur in der Cloud laufen und von den Herstellern nur in der Cloud gepflegt werden (Security Patches, Upgrades, Updates etc.). Daran stoßen sich aktuell noch die Datenschützer, denn das sind allesamt keine europäischen Unternehmen, die z. B. dem amerikanischen Patriot Act unterliegen, der besagt, dass ein Unternehmen auf Anforderung der NSA sämtliche Daten zu übermitteln hat und zwar egal wo diese auf der Welt gelagert sind. Damit - so die Argumentation der Datenschützer - könnten ja eventuell gemäß DSGVO zu schützende personenbezogene Daten vom Nutzer eines Voice- oder Chatbots unabsichtlich oder absichtlich eingegeben, in die Hände der NSA oder anderer dunklen Mächte gelangen und missbraucht werden. Die bisherige Lösung, Voicebots, Chatbots und KI-Sprachmodelle ausschließlich "on premise" oder in der privaten Cloud zu betreiben, führt ganz schnell ins Abseits, wenn neue Technologien bereitstehen und dann in der gekapselten Unternehmenswelt nicht genutzt werden können.

Ob die Datenschützer übertreiben oder eine Lösung dafür gefunden wird, ist abzuwarten. In jedem Fall werden Voice- und Chatbots sich durchsetzen. Unternehmen, die diesen Weg nicht gehen und Voice- und Chatbots nicht einsetzen, werden Kunden verlieren und vom Markt verschwinden. Zwischenzeitlich ist bei der Konzeption einer Voice- und Chatbot-Lösung verstärkt auf die Qualität eines individuellen Datenschutzkonzeptes auf der Basis einer Risikoanalyse und einer Datenschutzfolgenanalyse zu achten. Notfalls ist der Scope der Voice- und Chatbot-Lösung so einzugrenzen, dass keine gemäß DSGVO zu schützenden Daten verwendet werden können.