

3 TRENDS, DIE DEN KUNDENSERVICE IM JAHR 2025 PRÄGEN WERDEN

München, 21. Januar 2025 - Eine neue Studie der Software-Bewertungsplattform Capterra, in der Kundenservice-Mitarbeiter aus 11 Ländern befragt wurden, wirft einen Blick in die Zukunft des Kundenservices und zeigt auf, wie künstliche Intelligenz und Outsourcing die Branche im Jahr 2025 beeinflussen werden. In einer Zeit, in der Unternehmen weltweit nach innovativen Lösungen suchen, um den steigenden Erwartungen ihrer Kunden gerecht zu werden, bietet die Analyse von Capterra wertvolle Einblicke in kommende Entwicklungen. Die Studie beleuchtet nicht nur, wie diese Technologien den Service effizienter und personalisierter gestalten, sondern auch, welche Herausforderungen und Chancen sich daraus für Unternehmen ergeben.

Trend 1: Menschen übertreffen KI-Agenten bei Kundendienstaufgaben

Künstliche Intelligenz revolutioniert den Kundenservice, wie die Capterra-Studie zeigt: Bereits 55 % der deutschen Unternehmen nutzen KI-gestützte Kundenservice-Software, was die Produktivität (61 %), Kundenzufriedenheit (49 %) und das Anrufvolumen (45 %) steigert.

Dennoch bleibt der Mensch künstlicher Intelligenz in Bereichen wie personalisierten Interaktionen (65 % weltweit und 64 % in Deutschland), Verkaufsförderung (58 % weltweit und 56 % in Deutschland) und Problemlösung (58 % weltweit und 48 % in Deutschland) überlegen.

KI hingegen punktet bei mehrsprachigen Gesprächen (56 % weltweit und 50 % in Deutschland), Datenanalyse (53 % weltweit und 55 % in Deutschland) und der Vermeidung von Vorurteilen (43 % weltweit und 47 % in Deutschland). Interessanterweise sehen deutsche Kundenservice-Mitarbeiter KI auch bei Routineaufgaben (49 %) im Vorteil, im Gegensatz zum globalen Durchschnitt, der der Meinung ist, dass Menschen besser abschneiden (43 %).

"Um ein exzellentes Kundenerlebnis zu gewährleisten, bedarf es einer ausgewogenen Kombination aus KI und menschlicher Interaktion. KI kann Routineaufgaben automatisieren, während menschliche Mitarbeiter für die Lösung komplexer Probleme und die Schaffung emotionaler Bindungen zuständig sind", fügt **Ines Bahr, Content Analystin bei Capterra**, hinzu.

Trend 2: Der Einsatz von KI-gestützter Kundenservice-Software erhöht die Kundenzufriedenheit

68 % der Unternehmen weltweit, die KI-gestützte Kundenservice-Tools einsetzen, berichten, dass die Kundenzufriedenheit in den letzten zwei Jahren gestiegen ist, verglichen mit 52 % der Unternehmen, die keine KI-gestützten Kundenservice-Tools einsetzen.

"Obwohl dieser Trend zeigt, dass der Einsatz von KI-gestützten Kundenservice-Tools häufig mit einer gesteigerten Kundenzufriedenheit einhergeht, bedeutet dies nicht zwangsläufig, dass KI allein der Schlüssel zu zufriedeneren Kunden ist. Auch ist KI keine zwingende Voraussetzung für Kundenzufriedenheit. Dennoch sollten KMU überlegen, welche spezifischen Faktoren dazu beitragen, dass KI die Kundenzufriedenheit steigern kann, und wie KI-gestützte Funktionen ihre aktuellen Chatbots und Fallmanagement-Prozesse optimieren könnten", erklärt Ines Bahr.

Trend 3: Outsourcing des Kundenservice wird immer beliebter

Weltweit geben 60 % der Unternehmen, die Kundenanrufe intern bearbeiten, an, dass sie eine Auslagerung in Erwägung ziehen oder bereits offizielle Pläne dazu haben. Dieser Outsourcing-Trend ist auch in Deutschland zu beobachten, wo sogar 69 % der Unternehmen, die ihre Kundenanrufe intern bearbeiten, das Outsourcing in Erwägung ziehen oder bereits offiziell Pläne dafür haben.

"Das Outsourcing an eine externe Kundendienstagentur hat für Unternehmen Vorteile wie Spezialisierung, Kosteneffizienz und Flexibilität. Ausgelagerte Anbieter verfügen über die Technologie für ein effektives Management, haben ihre Prozesse verfeinert und sind in der Lage, schnell auf die Bedürfnisse des Kundendienstes zu reagieren. Bei der Auswahl müssen KMU aber unbedingt darauf achten, dass der Anbieter kompatibel mit lokalen Datenschutz-, Compliance-Richtlinien und bestehenden Softwaresystemen ist", rät Ines Bahr.

Die vollständige Studie finden Sie auf [capterra.com.de](https://www.capterra.com/de/studies/customer-service-technology-2024/).

Methodik

Die Customer Service Technology Umfrage 2024 von Capterra wurde im Mai 2024 online unter 2.307 Befragten in den USA (n=199), Kanada (n=200), Brasilien (n=188), Mexiko (n=184), Großbritannien (n=194), Frankreich (n=196), Italien (n=183), Deutschland (n=187), Spanien (n=191), Australien (n=200) und Japan (n=192) durchgeführt. Die Befragten wurden danach ausgewählt, in Vollzeit bei Unternehmen mit 1 bis 2.499 Mitarbeitenden tätig zu sein. Sie müssen im Kundenservice tätig sein, Kundenservice-Software verwenden und Kundenservicetelefonate intern oder extern bearbeiten.

Über Capterra

Capterra ist die erste Adresse, um die richtige Unternehmenssoftware zu finden. Unsere Plattform umfasst mehr als 95.000 Lösungen aus 900 Softwarerubriken und bietet über 1,8 Millionen verifizierte Nutzerbewertungen.

Pressekontakt

Kristina Dreiling, kristina.dreiling@gartner.com